Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Калужский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по учебно-методической работе Калужского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

_____О.М. Орловцева

«05» сентября 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

Б.1.2.2.2.4.3 СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

для проведения процедуры контроля остаточных знаний и диагностических работ по направлению подготовки высшего образования

по направлению подготовки 39.03.01 Социология

образовательная программа «Экономическая социология»

форма обучения - очная

Калуга 2025

Фонд оценочных средств для проведения диагностической работы по оценке достижения обучающимися результатов обучения учебной дисциплине «Социальные сети в современном обществе» разработан на основе образовательного стандарта высшего образования ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки 39.03.01 Социология, утвержденного приказом ректора от 03.06.2021 г. № 1326/о.

Составитель:
Денисова Е.В. – старший преподаватель кафедры «Учет и менеджмент» Калужского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Фонд оценочных средств диагностической работы по оценке достижения обучающимися результатов обучения по учебной дисциплине «Социальные сети в современном обществе» рассмотрен на заседании кафедры (протокол № 12 от 26.05.2025) и рекомендован к утверждению на заседании Учебно-методического совета филиала (протокол № 01 от 29.08.2025 г)

Председатель Учебно-методического совета  О.М. Орловцева

Оглавление

1. Цель, задачи и результаты изучения дисциплины 4

2. Оценочные средства для оценки сформированности компетенций (контроль остаточных знаний)..... 5

3. Ключ для оценки ответов 8

4.Оценка достижения результатов обучения. 8

1. Цель, задачи и результаты изучения дисциплины

Учебная дисциплина Б.1.2.2.2.4.3 «Социальные сети в современном обществе» является дисциплиной модуля «Тенденции развития рекламы и массмедиа» образовательной программы в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология образовательная программа «Экономическая социология»

Целью изучения дисциплины «Социальные сети в современном обществе» является формирование у студентов базовых знаний и понимания принципов, функций и методов управления, необходимых для эффективной организации и координации деятельности людей и ресурсов в любой сфере деятельности.

Дисциплина направлена на формирование теоретических знаний и практических навыков в сфере управления социально-экономическими системами.

Основные задачи при изучении дисциплины:

- Формирование целостного представления о социальных сетях как социальном и коммуникационном феномене, их роли в распространении информации, формировании общественного мнения, потребительского поведения и культурных ценностей в современном обществе.
- Развитие умений анализировать социальные сети, выявлять их влияние на социальные связи, поведение различных групп населения, политические и экономические процессы, а также оценивать их социальные и культурные последствия.
- Освоение базовых понятий и методов исследования социальных сетей, включая анализ контента, изучение сетевых взаимодействий, опросы, фокус-группы, наблюдение за поведением пользователей и интерпретацию полученных данных в контексте экономической социологии.
- Формирование профессиональных компетенций, необходимых для разработки стратегий коммуникации в социальных сетях, подготовки аналитических отчетов, оценки влияния сетевых коммуникаций на социальные процессы, а также критического анализа социальных и экономических эффектов использования социальных сетей.

Учебная дисциплина Б.1.2.2.2.4.3 «Социальные сети в современном обществе» обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКН-1	Способен применять современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности социолога	Осуществляет поиск информации в глобальных компьютерных сетях для выявления тенденций, закономерностей и противоречий.	Знания: основных источников социологической информации о мире и современных тенденциях. Умения: искать и критически анализировать информацию, необходимую для профессиональной деятельности.
		Отбирает релевантные источники информации для решения профессиональных задач	Знания: принципов отбора источников информации для профессиональной деятельности. Умения: отбирать релевантные источники информации для решения профессиональных задач.
		Владеет специализированными пакетами прикладных программ (Microsoft Excel, SPSS и др.).	Знания: программного обеспечения, необходимого для работы с данными социологических исследований. Умения: осуществлять анализ данных с помощью пакетов прикладных программ.
ПКП-3	Способность выстраивать коммуникации в проектной деятельности, защищать и представлять их результаты	Организует взаимодействие с заказчиком финансово-экономического профиля и другими структурными подразделениями участвующими в исследовательской работе, исходя из целей и задач социологического проекта.	Знания: правил деловой переписки, государственных стандартов документации. Умения: организовать и поддерживать коммуникации с заказчиком, подрядчиками и другими участниками процесса реализации социологического исследования.
		Демонстрирует исследовательскую этику социального взаимодействия с заказчиком при организации сбора данных, их защите и представлении результатов исследования.	Знания: этических кодексов и принципов социолога, исследователя. Умения: организовать сбор данных, их представление и защиту с опорой на правила взаимодействия с заказчиком и этический кодекс социолога.

2. Оценочные средства для оценки сформированности компетенций (контроль остаточных знаний)

1. **(ПКН-1)** Что изучает социология социальных сетей?
   а) Только технические функции платформ
   б) Влияние социальных сетей на социальные процессы, поведение и общественное мнение
   в) Исключительно маркетинговые стратегии
   г) Личные коммуникации вне цифровых каналов

2. **(ПКП-3)** Какие характеристики делают контент в социальных сетях эффективным для привлечения аудитории?
   а) Актуальность, интерактивность и визуальная привлекательность
   б) Только количество публикаций

в) Только длина текста
г) Только наличие рекламы

3. **(ПКН-1)** Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения?
   а) Поддерживают или изменяют социальные нормы и ценности
   б) Не оказывают влияния
   в) Влияют только на экономику
   г) Зависит исключительно от законодательства

4. **(ПКП-3)** Какие инструменты социальных сетей помогают оценивать реакцию пользователей на контент?
   а) Лайки, комментарии, репосты, аналитика платформ
   б) Только лайки
   в) Только просмотры
   г) Нет инструментов

5. **(ПКН-1)** Как называется процесс целенаправленного распространения заведомо ложной информации в социальных сетях для введения пользователей в заблуждение?
   _____

6. **(ПКП-3)** Какие факторы определяют вовлеченность аудитории в социальных сетях?
   а) Целевая аудитория, формат контента, частота публикаций
   б) Только оформление поста
   в) Только длина текста
   г) Только время публикации

7. **(ПКН-1)** Назовите фамилию американского социолога, автора концепции «силы слабых связей» (the strength of weak ties), объясняющей роль знакомств в поиске работы и ресурсов.
   _____

8. **(ПКП-3)** Какие стратегии помогают организациям повысить активность пользователей в социальных сетях?
   а) Регулярный контент, интерактивные форматы, аналитика реакции
   б) Только регулярный контент
   в) Только длинные тексты
   г) Только спам

9. **(ПКН-1)** Какие социальные последствия могут вызвать фейковые новости или манипулятивный контент в соцсетях?
   а) Дезинформация, рост недоверия, социальная напряженность
   б) Только экономические убытки
   в) Не оказывают влияния
   г) Повышают физическое здоровье

10. **(ПКП-3)** Какие типы контента наиболее востребованы пользователями социальных сетей?
    а) Текстовые посты, фото, видео
    б) Только текстовые посты
    в) Только видео
    г) Только аудиоподкасты

11. **(ПКН-1)** Какой термин обозначает пользователя социальной сети с огромным числом подписчиков, способного формировать общественное мнение через свои публикации?
_____

12. **(ПКП-3)** Какие методы анализа позволяют оценить влияние социальных сетей на аудиторию?
а) Статистика, опросы, мониторинг упоминаний
б) Только статистика
в) Только личные наблюдения
г) Только аналитика платформ

13. **(ПКН-1)** Как одним словом называется механизм автоматического формирования новостной ленты на основе алгоритмов анализа предпочтений конкретного пользователя?
_____

14. **(ПКП-3)** Какие виды социальных сетей существуют по функционалу?
а) Платформы для общения, обмена контентом, профессиональные сети
б) Только для фото
в) Только для видео
г) Только для сообщений

15. **(ПКН-1)** Какое явление характеризуется страхом пропустить важное социальное событие или новость из-за отсутствия постоянного доступа к социальным сетям?
_____

16. **(ПКП-3)** Какие факторы определяют вирусность контента в социальных сетях?
а) Эмоциональность, полезность, краткость
б) Только длина текста
в) Только качество изображения
г) Только наличие рекламы

17. **(ПКН-1)** Как социальные сети влияют на экономическое поведение пользователей?
а) Через рекламу, продвижение товаров и финансовую грамотность
б) Не оказывают влияния
в) Только через законы
г) Исключительно через мемы

18. **(ПКП-3)** Какие принципы нужно учитывать при создании контента для социальных сетей?
а) Этичность, соответствие законодательству, интерес аудитории
б) Только скорость публикации
в) Только визуальную привлекательность
г) Только длину текста

19. **(ПКН-1)** Как называется совокупность всех цифровых следов, которые пользователь оставляет о себе в социальных сетях за время их использования?
_____

20. **(ПКП-3)** Какие факторы необходимо учитывать при планировании публикаций в социальных сетях?
    а) Время публикации, тип контента, целевая аудитория
    б) Только оформление поста
    в) Только количество подписчиков
    г) Только формат текста

3. Ключ для оценки ответов

Порядковый номер вопроса	Правильные ответы
1	б
2	а
3	а
4	а
5	фейк
6	а
7	Грановеттер
8	а
9	а
10	а
11	инфлюенсер
12	а
13	алгоритм
14	а
15	фомо
16	а
17	а
18	а
19	досье
20	а

4.Оценка достижения результатов обучения.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины Б.1.2.2.2.4.3 «Социальные сети в современном обществе» по результатам диагностической работы осуществляется с учетом следующей шкалы:

Объем выполнения	Оценка	Критерии оценки
от 86 до 100	«отлично»	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки и умения, выполнены все задания, но в решении некоторых могут быть недочеты
от 70 до 85	«хорошо»	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки и умения не в полном объеме, выполнены все задания, но при решении некоторых были обнаружены ошибки и недочеты.
от 50 до 69	«удовлетворительно»	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, сформированы в основном необходимые практические навыки и умения, выполнено большинство заданий, при решении отдельных были обнаружены ошибки и недочеты.
от 0 до 49	«неудовлетворительно»	теоретическое содержание дисциплины не освоено, не сформированы необходимые практические навыки и умения, выполненные учебные задания содержат ошибки и недочеты.