

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косенок Сергей Михайлович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 14.06.2024 09:27:36  
Уникальный идентификатор:  
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

## Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

### «Информационные технологии в средствах массовой информации», 1 семестр

Код, направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии развития
Выпускающая кафедра	Психологии развития

### Контрольная работа.

#### Примерный тест для проведения контрольной работы

#### 1. Информационные технологии – это...

- а) совокупность методов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, обработку, хранение, распределение и отображение информации с целью снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов;*
- б) организованный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей человека;*
- в) умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы.*

#### 2. Информационная культура человека на современном этапе в основном определяется:

- а) совокупностью его умений программировать на языках высокого уровня;*
- б) его знаниями основных понятий информатики;*
- в) совокупностью его навыков использования прикладного программного обеспечения для создания необходимых документов;*
- г) его знаниями основных видов программного обеспечения и пользовательских характеристик компьютера.*

#### 3. Под программным обеспечением информационных систем понимается:

- а) совокупность программных и документальных средств для создания и эксплуатации систем обработки данных средствами вычислительной техники;*
- б) совокупность аппаратных средств;*
- в) совокупность программных и документальных средств для создания и эксплуатации систем обработки данных средствами вычислительной техники;*
- г) совокупность документальных средств для создания и эксплуатации систем обработки данных средствами вычислительной техники.*

#### 4. Назначение программного обеспечения

- а) обеспечивает автоматическую проверку функционирования отдельных устройств
- б) совокупность программ, позволяющая организовать решение задач на ЭВМ
- в) организует процесс обработки информации в соответствии с программой
- г) комплекс программ, обеспечивающий перевод на язык машинных кодов

**5. Цель информатизации общества заключается в**

справедливом распределении материальных благ;  
удовлетворении духовных потребностей человека;  
максимальном удовлетворении информационных потребностей отдельных граждан, их групп, предприятий, организаций и т. д. за счет повсеместного внедрения компьютеров и средств коммуникаций.

**6. В каком законе отображается объективность процесса информатизации общества**

- а) Закон убывающей доходности.
- б) Закон циклического развития общества.
- в) Закон “необходимого разнообразия”.
- г) Закон единства и борьбы противоположностей.

**7. Какое определение информационной системы приведено в Федеральном законе «Об информации, информатизации и защите информации»**

- а) Информационная система – это замкнутый информационный контур, состоящий из прямой и обратной связи, в котором, согласно информационным технологиям, циркулируют управленческие документы и другие сообщения в бумажном, электронном и другом виде.
- б) Информационная система – это организационно упорядоченная совокупность документов (массив документов) и информационных технологий, в том числе с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы (процесс сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации).
- в) Информационная система – организационно-техническая система, предназначенная для выполнения информационно-вычислительных работ или предоставления информационно-вычислительных услуг;
- г) Информационная система – это совокупность внешних и внутренних прямых и обратных информационных потоков, аппарата управления организации с его методами и средствами обработки информации.

**8. Укажите правильное определение информационного бизнеса**

- а) Информационный бизнес – это производство и торговля компьютерами.
- б) Информационный бизнес – это предоставление инфокоммуникационных услуг.
- в) Информационный бизнес - это производство, торговля и предоставление информационных продуктов и услуг.
- г) Информационный бизнес – это торговля программными продуктами.

**9. Укажите правильное определение информационного рынка**

- а) Под информационным рынком понимается множество производителей, предлагающих инфокоммуникационные услуги.

- б) Под информационным рынком понимается множество субъектов, поставляющих средства вычислительной техники.
- в) Под информационным рынком понимается сеть торговых предприятий, реализующих программное обеспечение.
- г) Под информационным рынком понимается совокупность хозяйствующих субъектов, предлагающих покупателям компьютеры, средства коммуникаций, программное обеспечение, информационные и консалтинговые услуги, а также сервисное обслуживание технических и программных средств.

**10. Укажите функции, выполняемые информационным менеджером предприятия**

- а) Планирование внедрения и модернизации информационной системы, ее поиск на рынке программных продуктов.
- б) Оценка рынка программных продуктов с помощью маркетингового инструментария.
- в) Разработка прикладных программ.
- г) Приобретение информационных технологий с нужными функциями и свойствами.
- д) Разработка операционных систем.
- е) Организация внедрения информационной системы и обучения персонала.
- ж) Обеспечение эксплуатации информационной системы: администрирование, тестирование, адаптация, организация безопасности и т.д.
- з) Обновление существующей информационной системы, внедрение новых версий.
- и) Вывод из эксплуатации информационной системы.

**11. Какое определение информационных ресурсов общества соответствует Федеральному закону "Об информации, информатизации и защите информации"**

- а) Информационные ресурсы общества – это сведения различного характера, материализованные в виде документов, баз данных и баз знаний.
- б) Информационные ресурсы общества – это отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных и других системах), созданные, приобретенные за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ.
- в) Информационные ресурсы общества – это множество web-сайтов, доступных в Интернете.

**12. Инфокоммуникационной технологии функционируют на основе**

- а) Средств доступа к базам данных.
- б) Информационных технологий.
- в) Сетей и телекоммуникационного оборудования.
- г) Хранилищ данных.

**13. Укажите направления в развитии инфокоммуникационных технологий**

- а) Электронный бизнес.
- б) Решение экономических задач.
- в) Банковские сетевые расчеты.
- г) Принятие решений с помощью экспертных систем.
- д) Дистанционное обучение и выполнение работ.

#### 14. Виртуальное предприятие - это

- а) Иерархическое объединение различных предприятий.
- б) Корпоративное объединение различных предприятий.
- в) Сетевое объединение на основе электронных средств связи нескольких традиционных предприятий, специализирующихся в различных областях деятельности.
- г) Не существующее предприятие.
- д) Машиностроительное предприятие.

#### 15. Дайте определение информационного продукта

- а) отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах;
- б) знания, подготовленные людьми для социального использования в обществе и зафиксированные на материальном носителе;
- в) совокупность данных, сформированная производителем для распространения в вещественной или невещественной форме;
- г) совокупность связанных данных, правила организации которых основаны на общих принципах описания, хранения и манипулирования данными.

#### 16. Спам – это электронное сообщение, предназначенное ...

- а) конкретному абоненту, доставленное ему без предварительного согласия, однако, позволяющее определить отправителя этого сообщения ввиду указания в нем адреса отправителя;
- б) неопределенному кругу лиц, доставленное абоненту или пользователю без их предварительного согласия и позволяющее определить отправителя этого сообщения ввиду указания в нем адреса отправителя;
- в) **неопределенному кругу лиц, доставленное абоненту или пользователю без их предварительного согласия и не позволяющее определить отправителя этого сообщения, ввиду указания в нем несуществующего или фальсифицированного адреса отправителя;**
- г) конкретным лицам, доставленное абоненту или пользователю с их предварительного согласия, но не позволяющее определить отправителя этого сообщения, ввиду указания в нем несуществующего или фальсифицированного адреса отправителя.

#### 17. Исключите неверные высказывания

- а) Информационные продукты – это документированная информация;
- б) Информационные продукты – это отдельные документы и массивы документов;
- в) **информационные продукты – это документы и массивы документов, содержащиеся только в информационных системах;**
- г) **информационные продукты – это любые сведения, содержащие полезную информацию.**

#### 18. Свидетельство о регистрации средства массовой информации может быть признано недействительным ...

- а) **только судом в случае, если оно получено обманным путем;**
- б) учредителями в случае смены названия;

- в) только судом в случае, когда средство массовой информации не выходит в свет (в эфир) более 6 месяцев, а также когда оно получено обманным путем;
- г) если учредительные документы не утверждены в течение одного месяца со дня первого выхода в свет (в эфир).

#### **19. В рекламе не допускается ...**

- а) использование любых иностранных слов и выражений;
- б) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;**
- в) указание на то, что рекламируемый объект одобряется общественным мнением и органами государственной власти;
- г) **указание на то, что рекламируемый объект одобряется органами местного самоуправления.**

#### **20. Характерные особенности средства массовой информации**

- а) **средство массовой информации является объектом права;**
- б) средство массовой информации является субъектом права;**
- в) продукция средства массовой информации не обязательно является товаром;**
- г) гражданину, который решил учредить средство массовой информации, необходимо обязательно зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя;
- д) гражданину, который решил учредить средство массовой информации, необходимо обязательно информировать территориальный антимонопольный орган.

#### **21. Недобросовестная реклама – та, которая содержит ...**

- а) **некорректные сравнения рекламируемых товаров другими товарами других продавцов;**
- б) не соответствующие действительности сведения о стоимости товара, размере его скидок;
- в) не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед товарами других производителей;
- г) не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый товар.

#### **Примерный перечень вопросов для экзамена.**

1. Современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии как информационная среда работника СМИ, ССО.
2. Математические и информационные модели современных инфокоммуникационных сетей.
3. Подготовка информационного продукта к продвижению в инфокоммуникационных сетях.
4. Медиапланирование.
5. Создание массовой рассылки.
6. Лонгриды.
7. Сервис создания сайтов Тильда.
8. Инструментарий инфокоммуникационных сетей.
9. Социальные медиа и их роль в продвижении.
10. Состав и функции инфокоммуникационной платформы.

11. Средства и методы инфокоммуникационной платформы для привлечения внимания к информационному продукту.
12. Средства и методы инфокоммуникационной платформы для формирования и удержания интереса к информационному продукту.
13. Средства и методы инфокоммуникационной платформы для формирования потребности в информационном продукте.
14. Средства и методы инфокоммуникационной платформы поддержки продаж.
15. Основы информационной и компьютерной безопасности.