**Název školy:** Střední průmyslová škola, Ostrava - Vítkovice, příspěvková organizace

**Autor:** Mgr. Dana Vicherková

**Datum:** 15.10.2012

**Název:** VY\_32\_INOVACE\_2.3.15

**Číslo projektu:** CZ.1.07/1.5.00/34.0125

**Sada 3**

**Název sady:** Práce s textem a získávání informací

**Téma:** Získávání informací z různých zdrojů – testová úloha

**Anotace:** Pracovní list slouží k zopakování probraného učiva: Získávání informací z různých zdrojů. Žáci si kreativně i písemně opakují a procvičují učivo, nalézají vztahy mezi jazykem, komunikací, kódováním atd.

Získávání informací z různých zdrojů – testová úloha

1. Jak rozdělujeme zdroje:
	1. Primární a sekundární
	2. Sekulární a primitivní
	3. Sekundární a terciérní
	4. Introvertní a extrovertní
2. Které z následujících příkladů patří mezi primární zdroje:
	1. Časopis
	2. Noviny
	3. Statistika zpracovaná pro daný projekt
	4. Wikipedie
3. Které z následujících příkladů nepatří mezi sekundární zdroje:
	1. Wikipedie
	2. Noviny
	3. Oficiální stránky o daném projektu
	4. Vysílání na radiu
4. Co je názor:
	1. Aktuální stav věci odsouhlasený konsenzem učenců
	2. Osobní pohled jedince
	3. Oficiální vyjádření vlády
	4. Údaj v odborném časopise
5. Může se hodnověrnost zdrojů měnit:
	1. Ne
	2. Ne, pokud jsou jednou hodnověrné, nelze to ji změnit
	3. Ano, důkazem o nepravdě tvrzení
	4. Ano, pokud se tak rozhodnu
6. Jak lze zvýšit hodnověrnost zdrojů:
	1. Použitím vícero zdrojů a kontrolováním internetových údajů odbornou literaturou
	2. Nelze
	3. Použitím Wikipedie
	4. Stačí, když uvedu nějaký zdroj
7. Zaškrtněte pravdivou tezi:
	1. Citace musí být uvedena u každé práce
	2. Uvedení zdrojů bývá dobrovolné
	3. Sekundární zdroje jsou tvořeny přímo pro potřebu projektu
	4. Uvedení názvu knihy je dostatečnou citací
8. Zaškrtněte pravdivou tezi:
	1. Většina informací se v současné době získává komunikací z očí do očí
	2. Sociální sítě mají v současné komunikaci a předávání informací značnou roli
	3. Televizní zprávy nabývají na důležitosti a sledovanosti
	4. Noviny neměly největší důležitost před vynálezem televize
9. Používáme v práci vždy primární zdroje:
	1. Ano, je to podmínkou
	2. Ne, jen pokud nemáme dostatek informací
	3. Ano, pokud chceme zapůsobit na zadavatele
	4. Ne, primární zdroje nejsou tak hodnověrné jako sekundární
10. Sociální novinky jsou:
	1. Novinky vytvořené redaktorem ve společenské rubrice
	2. Novinky sdílené uživatelem na sociální síti
	3. Oficiální prohlášení instituce
	4. Zprávy o funkci podniku

Zdroje:

FRENCH, Sue Runyard and Ylva. Marketing and public relations handbook for museums, galleries. AttaMira Press: Altamira Press, 2000. ISBN 07-425-0407-7.

BOUČKOVÁ, Jana. Marketing. Praha: C. H. Beck, 2003, xvii, 432 s. ISBN 80-717-9577-1.

PRIMÁRNÍ A SEKUNDÁRNÍ ZDROJE DAT. In: [online]. 2005 [cit. 2012-07-29]. Dostupné z: http://management-marketingu.blogspot.cz/2010/09/6-primarni-sekundarni-zdroje-dat.html

Historie komunikace a získávání informací. In: Kryspin [online]. [cit. 2012-07-29]. Dostupné z: http://iam.kryspin.net/2009/05/18/historie-komunikace-a-informaci/