

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 26.08.2026 14:31:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab73

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

Фонд оценочных средств
ОП.02 Информационные технологии в профессиональной среде

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026 г.

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации предназначен для оценивания знаний, умений, уровня сформированности компетенций студентов, обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама» по дисциплине «Информационные технологии в профессиональной среде».

ФОС составлен на основе ФГОС СПО и рабочей программы дисциплины «Информационные технологии в профессиональной среде».

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

ФОС позволяет следующие результаты освоения учебной дисциплины в соответствии с требованиями рабочей программы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

1. ОК 01: анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
2. ОК 01: определять этапы решения задачи
3. ОК 01: выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
4. ОК 01: составлять план действия
5. ОК 01: определять необходимые ресурсы
6. ОК 01: владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
7. ОК 01: реализовывать составленный план
8. ОК 01: оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
9. ОК 02: определять задачи для поиска информации
10. ОК 02: определять необходимые источники информации
11. ОК 02: планировать процесс поиска
12. ОК 02: структурировать получаемую информацию
13. ОК 02: выделять наиболее значимое в перечне информации
14. ОК 02: оценивать практическую значимость результатов поиска
15. ОК 02: оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
16. ОК 02: использовать современное программное обеспечение
17. ОК 02: использовать современное программное обеспечение
18. ОК 04: организовывать работу коллектива и команды
19. ОК 04: взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
20. ОК 05: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
21. ОК 09: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы
22. (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
23. ОК 09: участвовать в диалогах на знакомые общие
24. и профессиональные темы
25. ОК 09: строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
26. ОК 09: кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
27. ПК 3.2: подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
28. ПК 3.2: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;

29. ПК 3.2: проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
30. ПК 3.2: представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
31. ПК 3.2: обеспечивать качественное функционирование сайта;
32. ПК 3.2: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
33. ПК 3.2: находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
34. ПК 3.2: разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
35. ПК 3.2: осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
36. ПК 3.2: преобразовывать требования заказчика в бриф;
37. ПК 3.2: учитывать мнение заказчика при планировании РК.
38. ПК 3.3: использовать поисковые системы интернета;
39. ПК 3.3: использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
40. ПК 3.3: использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
41. ПК 3.3: использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
42. ПК 3.3: создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
43. ПК 3.3: конвертировать файлы в нужные форматы;
44. ПК 3.3: использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
45. ПК 3.3: размещать рекламные материалы в социальных медиа;
46. ПК 3.3: разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
47. ПК 3.3: определять эффективные офферы;
48. ПК 3.3: создавать оригинальные и стильные логотипы;
49. ПК 3.3: составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
50. ПК 3.3: создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
51. ПК 3.3: использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
52. ПК 3.3: повышать информационную наглядность сайтов;
53. ПК 3.3: создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
54. ПК 3.3: разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
55. ПК 3.3: доводить информацию заказчика до ЦА;
56. ПК 3.3: использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
57. ПК 3.3: использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
58. ПК 3.3: использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
59. ПК 4.3: использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
60. ПК 4.3: создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
61. ПК 4.3: конвертировать файлы в нужные форматы;
62. ПК 4.3: использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
63. ПК 4.3: размещать рекламные материалы в социальных медиа;
64. ПК 4.3: подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;

65. ПК 4.3: представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
66. ПК 4.3: обеспечивать качественное функционирование сайта;
67. ПК 4.3: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
68. ПК 4.3: создавать графические материалы рекламного характера;
69. ПК 4.3: находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
70. ПК 4.3: разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;
71. ПК 4.3: составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
72. ПК 4.3: Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
73. ПК 4.3: разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
74. ПК 4.3: использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
75. ПК 4.3: повышать информационную наглядность сайтов;
76. ПК 4.3: создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

1. ОК 01: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
2. ОК 01: основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
3. ОК 01: алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
4. ОК 01: методы работы в профессиональной и смежных сферах
5. ОК 01: структуру плана для решения задач
6. ОК 01: порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
7. ОК 02: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
8. ОК 02: приемы структурирования информации
9. ОК 02: формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
10. ОК 02: порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
11. ОК 03: содержание актуальной нормативно-правовой документации
12. ОК 03: современная научная и профессиональная терминология
13. ОК 03: возможные траектории профессионального развития и самообразования
14. ОК 03: основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
15. ОК 03: правила разработки бизнес-планов
16. ОК 03: порядок выстраивания презентации
17. ОК 03: кредитные банковские продукты
18. ОК 04: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
19. ОК 04: основы проектной деятельности
20. ОК 05: особенности социального и культурного контекста;
21. ОК 05: правила оформления документов и построения устных сообщений
22. ОК 09: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
23. ОК 09: основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)

24. ОК 09: лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
25. ОК 09: особенности произношения
26. ОК 09: правила чтения текстов профессиональной направленности способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
27. ПК 3.2: возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
28. ПК 3.2: виды сайтов, их возможности и варианты применения;
29. ПК 3.2: требования к качественному функционированию сайтов;
30. ПК 3.2: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
31. ПК 3.2: отраслевую терминологию;
32. ПК 3.2: важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
33. ПК 3.2: структуру брифа и требования к нему.
34. ПК 3.3: отраслевую терминологию;
35. ПК 3.3: важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
36. ПК 3.3: важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
37. ПК 4.3: программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
38. ПК 4.3: возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
39. ПК 4.3: виды сайтов, их возможности и варианты применения;
40. ПК 4.3: требования к качественному функционированию сайтов;
41. ПК 4.3: программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
42. ПК 4.3: технические средства создания визуального контента;
43. ПК 4.3: возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
44. ПК 4.3: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
45. ПК 4.3: структуру брифа и требования к нему;
46. ПК 4.3: важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
47. ПК 4.3: важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
48. ПК 4.3: требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
49. ПК 4.3: технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет
ПК 3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.3. Формы контроля и оценивания

Предметом оценки служат знания, умения, сформированность общих и профессиональных компетенций.

Таблица 1 Контроль и оценка освоения учебной дисциплины по темам (разделам)

Элемент учебной дисциплины	Виды контроля и методы оценки			
	Текущий контроль		Промежуточная аттестация	
	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК, У, З	Методы оценки	Проверяемые ПК, ОК, У, З
Раздел 1. Основы цифровой грамотности и информационной среды			-	-
Тема 1.1 Роль Информационных технологий в современном мире и профессии. Подготовка к цифровизации.	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3		
Тема 1.2. Операционные системы и пользовательские интерфейсы	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3		
Тема 1.3.Облачные технологии	Собеседование тестирование Оценка выполнения практического задания	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3		
Тема 1.4. Цифровая коммуникация и электронная почта в профессиональной деятельности	Собеседование Оценка выполнения практического задания	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3		
Раздел 2. Цифровые инструменты для учёбы, творчества и будущей профессии				

Тема 2.1 Работа с текстовой информацией: документы, оформление и деловой стиль	Собеседование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Тема 2.2 Электронные таблицы: расчёты, анализ и визуализация данных	Собеседование Практические задания	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Тема 2.3. Презентации и визуальные истории: от школьного проекта до питчинга	Собеседование Решение ситуационных задач	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Тема 2.4 Создание медиаконтента: графика, коллажи и оформление проектов	Собеседование Практические задания тестирование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Тема 2.5 Цифровой след и информационная безопасность	Собеседование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Раздел 3. Эффективное управление персоналом организации		
Тема 3.1. Цифровое портфолио: как представить себя через технологии	Собеседование тестирование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
Тема 3.2 Тема 3.2 Сервисы для самообразования и карьерного старта	Собеседование Тестирование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3

Тема 3.3 Информационные технологии и профессиональная этика в цифровом обществе	Собеседование тестирование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3
--	-------------------------------	--

2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

2.1. Вопросы для собеседования

Тема 1. Роль информационных технологий в современном мире и профессии. Понятие цифровизации.

Вопросы для собеседования:

1. Что такое информационные технологии? В чем их отличие от просто «технологий»?
2. Приведите примеры влияния информационных технологий на повседневную жизнь школьника и взрослого человека.
3. В чём заключается понятие «цифровизация»? Чем оно отличается от «автоматизации»?
4. Какие профессии особенно сильно изменились под влиянием цифровизации?
5. Какие плюсы и минусы есть у цифровой трансформации в образовании?
6. Что такое «цифровая грамотность» и почему она важна для любого специалиста?
7. Как ИТ помогают врачам, учителям, юристам, дизайнерам, водителям?
8. Почему без информационных технологий сегодня не может существовать ни одна организация?
9. Что такое цифровая среда и какие ее компоненты вы можете назвать?
10. Какие цифровые технологии наиболее часто используются вами лично?

Тема 1.2. Операционные системы и пользовательские интерфейсы

1. Какие факторы следует учитывать при выборе ОС (совместимость, безопасность, стоимость, поддержка ПО)?
2. Чем различаются ОС Windows и Linux с точки зрения управления и пользовательских интерфейсов?
3. Как интерфейс влияет на продуктивность пользователей с разным уровнем компьютерной грамотности?
4. Какие принципы проектирования интерфейсов важны для повышения юзабилити?
5. Как учитывать потребности разных групп пользователей (например, новичков и продвинутых)?
6. Какие риски могут возникнуть при резкой смене интерфейса, и как их минимизировать?

Тема 1.3 Облачные технологии

1. Что такое облачные технологии и как они отличаются от традиционных ИТ-систем?
2. Какие преимущества и риски связаны с использованием облаков?
3. Перечислите и охарактеризуйте модели предоставления облачных сервисов.
4. Чем отличаются публичное, приватное и гибридное облака? Приведите примеры.
5. Как облачные технологии меняют подход к управлению ИТ-инфраструктурой в компании?
6. Какие задачи в вашей организации можно перевести в облако?
7. Как обеспечить безопасность данных в облачных сервисах?
8. В каких случаях стоит использовать гибридное облако?
9. Какие примеры известных облачных провайдеров и сервисов вы можете назвать?

Тема 1.4. Цифровая коммуникация и электронная почта в профессиональной деятельности

1. Какие типы деловых писем вы знаете? Приведите примеры.
2. В чём разница между официально-деловым и неформальным стилем письма?
3. Какие языковые особенности характерны для делового письма?
4. Почему важно соблюдать нормы вежливости и этикета в деловой переписке?
5. Чем отличается деловая переписка в мессенджерах от переписки по email?
6. Какие преимущества и риски связаны с использованием мессенджеров в работе?

Тема 2.1 Работа с текстовой информацией: документы, оформление и деловой стиль

1. Какие основные элементы форматирования текста вы знаете?
2. Какое значение имеет межстрочный интервал?
3. Почему важно структурировать текст с помощью заголовков?
4. В чем разница между маркированным и нумерованным списком?
5. Как оформить таблицу в документе?
6. Какие правила оформления титульного листа существуют?
7. Почему важна грамотность и правильное оформление документов?
8. Какие цели преследует письмо-запрос?

Тема 2.2 Электронные таблицы: расчёты, анализ и визуализация данных

1. Что такое формула и как она начинается в электронной таблице?
2. Чем отличается относительная ссылка от абсолютной?
3. Какие функции используются для суммирования и нахождения среднего?
4. Как работает функция IF? Приведите пример.
5. В каких случаях применяют функцию VLOOKUP?
6. Какие типы данных можно обрабатывать с помощью функций в таблицах?
7. Как копировать формулы, чтобы корректно обновлялись ссылки на ячейки?
8. Как можно автоматизировать расчет процентов в таблице?
9. В чём разница между фильтром и условным форматированием?
10. Как визуализация помогает при анализе больших массивов данных?
11. Какие ошибки часто совершают при создании диаграмм?

Тема 2.3. Презентации и визуальные истории: от школьного проекта до питчинга

1. В чём разница между презентацией и визуальной историей?
2. Какие цели может преследовать презентация?
3. Что делает презентацию запоминающейся и эффективной?
4. Какие ошибки чаще всего совершают при создании школьных или учебных презентаций?
5. Какие элементы обязательно должны присутствовать в структуре презентации?
6. Зачем нужен сторителлинг в деловых презентациях?
7. В чём особенности питчинга по сравнению с обычной презентацией?

Тема 2.4 Создание медиаконтента: графика, коллажи и оформление проектов

1. Что такое медиаконтент и какую роль он играет в современных коммуникациях?
2. Какие типы графического контента наиболее востребованы в учебных и профессиональных проектах?

3. В чём разница между иллюстрацией, инфографикой и коллажем?
4. Как выбрать формат медиаконтента в зависимости от цели проекта (соцсети, презентация, отчёт, реклама)?
5. Какие базовые принципы дизайна нужно учитывать при создании графики?
6. Что такое визуальная иерархия, и почему она важна?
7. Как цвет, шрифт и композиция влияют на восприятие медиаконтента?
8. Какие бесплатные и доступные инструменты можно использовать для создания графики и коллажей?

Тема 2.3 Презентации и визуальные истории: от школьного проекта до питчинга

1. Какие типы презентаций существуют и каковы их цели?
2. Как определить, для кого вы готовите презентацию?
3. Что делает презентацию визуально сильной?
4. В чём преимущества сторителлинга в презентациях?
5. Как визуализировать числовые данные?
6. Какие инструменты можно использовать для создания презентаций (PowerPoint, Canva, Google Slides, Prezi и др.)?
7. Почему важен единый стиль?
8. Что такое "питч-дек" и чем он отличается от учебной презентации?

Тема 2.4

Создание медиаконтента: графика, коллажи и оформление проектов

1. Чем отличается коллаж от мудборда?
2. Какие принципы важны при создании визуального контента (цвет, шрифт, композиция)?
3. Что такое "визуальная иерархия"?
4. Где брать легальные изображения и иконки?
5. Какие ошибки чаще всего совершают новички в графике?
6. Почему важна стилистическая целостность оформления проекта?

Тема 2.5 Цифровой след и информационная безопасность

1. Что такое цифровой след, и в чём его потенциальная опасность?
2. Какие действия пользователя формируют его цифровой след?
3. Чем отличается активный цифровой след от пассивного?
4. Какие данные о человеке могут быть собраны без его ведома?
5. Как компании и сервисы используют цифровой след в своих интересах?
6. Что входит в понятие персональных данных?
7. Какие риски связаны с утечкой персональной информации в интернете?
8. Как можно сократить или контролировать свой цифровой след?

Тема 3.1. Цифровое портфолио: как представить себя через технологии

1. Что такое цифровое портфолио и чем оно отличается от традиционного бумажного?
2. Какие цели может преследовать создание цифрового портфолио?
3. Какие форматы цифрового портфолио существуют (сайт, PDF, презентация, соцсети и др.)?
4. Что должно входить в структуру эффективного портфолио?
5. Какие платформы и сервисы можно использовать для создания цифрового портфолио?
6. Как адаптировать портфолио под разные целевые аудитории (работодатель, вуз, заказчик)?
7. Какие ошибки чаще всего совершают при оформлении и наполнении портфолио?

Тема 3.2 Сервисы для самообразования и карьерного старта

1. Какие онлайн-платформы для самообразования вы знаете и чем они отличаются друг от друга?
2. В каких случаях стоит выбирать короткие курсы, а когда — полноценные образовательные программы?
3. Как проверить качество и достоверность онлайн-курса или образовательной платформы?
4. Какие критерии важны при выборе онлайн-курса для профессионального роста?
5. Что такое микроквалификации и цифровые сертификаты, как они влияют на карьеру?

Тема 3.3 Информационные технологии и профессиональная этика в цифровом обществе

1. Что такое профессиональная этика в контексте цифровой среды?
2. Какие нормы поведения следует соблюдать специалисту при работе с информационными технологиями?
3. Почему важно соблюдать этические стандарты при работе с персональными данными?
4. Каковы последствия нарушения цифровой этики для организации и для отдельного работника?
5. Где проходит граница между свободой выражения мнений и профессиональной ответственностью в цифровой среде?
6. Почему важно уметь отличать достоверную информацию от фейковой? Каковы этические аспекты распространения недостоверной информации?

