

UF1755. Sistemas de información y bases de datos en consumo

Unidad 1. Información y fuentes de consumo

1.1. Los elementos básicos de la comunicación son:

- a) Emisor, mensaje y canal.
- b) Emisor, mensaje, receptor y canal.
- c) Emisor, receptor, concepto y mensaje.

1.2. El proceso de la comunicación puede incluir algún tipo de obstáculo que dificulte su desarrollo. Estos obstáculos son denominados:

- a) Ruidos.
- b) Feedback.
- c) Intromisiones.

1.3. Cuando existe una situación de contradicción entre lo que el emisor pretende emitir y la reacción que provoca en el receptor, se habla de una barrera:

- a) Semántica.
- b) Psicológica.
- c) Pragmática.

1.4. CIDOC es el acrónimo del:

- a) Centro Internacional de Orientación al Consumidor.
- b) Centro de Información y Documentación del Consumo.
- c) Comisión Interministerial de Ordenación del Consumo.

1.5. Los intervinientes en una relación de comercio electrónico B2A son:

- a) Empresas y organismos públicos.
- b) Empresas y clientes.
- c) Comercios y empresas.

1.6. Los dos tipos de índices permutados más relevantes son

- a) KWIC y KWOT.
- b) KWIT y KWOC.
- c) KWIC y KWOC.

1.7. Los elementos fundamentales de una base de datos son:

- a) Tabla, registro y celda.
- b) Tabla, registro y campo.
- c) Campo, tema y registro.

1.8. En función de su naturaleza, señala los tres tipos de bases de datos que existen:

- a) Bibliográficas, jurídicas y desarrolladoras.
- b) Bibliotecas, factuales y documentales.
- c) Bibliográficas, factuales y documentales.

1.9. La obra creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona natural o jurídica que la edita y divulga bajo su nombre y está constituida por la reunión de aportaciones de diferentes autores recibe el nombre de:

- a) Colectiva.
- b) Mixta.
- c) Compleja.

1.10. La suite de oficina basada en el sistema de código abierto más empleada es la denominada:

- a) Microsoft Office.
- b) OpenOffice.
- c) Oracle.

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

- 1.1.** Pon un ejemplo práctico de cada una de las barreras de comunicación que se exponen en el manual, centrándose, cuando te sea posible, en el sector de la actividad económica que mejor conozcas.
- 1.2.** Visita la página web del CIDOC y busca información acerca de la legislación y jurisprudencia de consumo aplicable al sector comercial que conozcas mejor. Posteriormente, busca en la misma página web las OMIC que se encuentren más cerca de tu domicilio.
- 1.3.** Enumera las principales empresas de tu sector económico que realizan comercio electrónico y señala las principales características de cada una de las mismas.