



## **ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY**

**Kierunek: ZARZĄDZANIE I STOPNIA**

**Specjalność: E-marketing i social media**

**Profil: ogólnoakademicki**

**Tryb: studia stacjonarne i niestacjonarne**

1. Wyjaśnij pojęcia - marketing klasyczny i e-marketing – różnice i podobieństwa.
2. Omów podstawowe instrumenty marketingowe – klasyczne i w formie e-marketingu.
3. Omów działania promocyjne w e-marketingu.
4. Omów działania cenowe, produktowe i dystrybucyjne w e-marketingu.
5. Zdefiniuj pojęcie strategii marketingowej i jej implementacji.
6. Wymień rodzaje strategii marketingowych wykorzystywanych w Internecie.
7. Zdefiniuj pojęcie kanału online.
8. Wyjaśnij na czym polega analiza marketingowa.
9. Wymień rodzaje kanałów online.
10. Zdefiniuj pojęcie marki.
11. Wymień 3 archetypy marki.
12. Wyjaśnij na czym polega pozycjonowanie marki.
13. Zdefiniuj pojęcie reklamy internetowej.
14. Wyjaśnij na czym polega kreacja reklamy internetowej.
15. Wymień etapy produkcji reklamy internetowej.
16. Zdefiniuj pojęcie remarketingu.
17. Zdefiniuj pojęcie social media.
18. Wymień 3 media społecznościowe i je scharakteryzuj.
19. Omów podstawowe cechy mediów społecznościowych

20. Zdefiniuj pojęcie e-konsumenta.
21. Zdefiniuj pojęcie e-ryнку i wymień 3 cechy sprzedaży online.
22. Wymień etapy tworzenia kampanii reklamowych.
23. Wymień rodzaje kampanii reklamowych stosowanych w Internecie i podaj trzy przykłady.
24. Scharakteryzuj podstawowe elementy strony internetowej.
25. Zdefiniuj pojęcie kolokacji.
26. Zdefiniuj pojęcie hosting'u.
27. Scharakteryzuj rodzaje relacji w bazach danych.
28. Zdefiniuj pojęcie redundancji danych.
29. Omów metody utrzymania relacji z klientami.
30. Scharakteryzuj korzyści stosowania narzędzi CRM.

Dr Agnieszka Król  
Dziekan  
Wydziału Zarządzania i Nauk Technicznych  
w Menedżerskiej Akademii Nauk Stosowanych  
w Warszawie