



ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY

Kierunek: ZARZĄDZANIE II STOPNIA

Specjalność: E-marketing i social media

Profil: ogólnoakademicki

Tryb: studia stacjonarne i niestacjonarne

1. Omów jakie ma znaczenie dla rozwoju przedsiębiorstwa komunikacja poprzez media społecznościowe.
2. Wymień typy i sposoby funkcjonowania przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych.
3. Wymień narzędzia do monitorowania działań przedsiębiorstwa w social mediach?
4. Wymień psychologiczne i socjologiczne aspekty reklamy w social mediach.
5. Wyjaśnij w jaki sposób buduje się strategię przedsiębiorstwa w social mediach.
6. Omów sposoby i formy podejmowanych działań konkurencyjnych w mediach społecznościowych.
7. Omów jakie zagrożenia mogą pojawić się dla przedsiębiorstw w e-środoisku. oraz z jakimi działaniami przedsiębiorstwa podejmują walkę z konkurencyjną w e-środoisku.
8. Wskaż jakie są najważniejsze różnice zarządzania przedsiębiorstwem w tradycyjnej gospodarce a w e-środoisku.
9. Omów rodzaje działalności przedsiębiorstw w e-środoisku oraz korzyści z funkcjonowania przedsiębiorstwa w e-środoisku.
10. Omów formy i rodzaje reklamy przedsiębiorstw za pośrednictwem e-środoiska
11. Omów modele działalności przedsiębiorstwa w e-biznesie.
12. Omów model biznesu firm internetowych według Osterwaldera i Pigneura.

13. Omów znane strategie e-biznesu w wymiarze działań rozwojowych.
14. Omów jakie działania podejmują firmy w celu wyróżnienia swojej pozycji czy produktu w e-środoisku.
15. Omów na przykładach znane modele sprzedażowe w e-środoisku.
16. Omów na czym polega model e-marketingowy a strategia marketingowa przedsiębiorstwa. Omów model e-marketingowy na przykładzie Amazon.com
17. Omów model e-marketingowy startupów internetowych na rynku mody i innych produktów konsumpcyjnych.
18. Omów na przykładach platformy wielostronne (Google, Wii a PSP/Xbox, Apple).
19. Omów Free jako model biznesowy (Fremmium, Open Source) na przykładzie Skype'a.
20. Omów w jakim ujęciu rozpatrujesz E-biznes - jako sytuację przejściową, która obecnie zapanowała w świecie biznesu, czy też jako kolejny etap rozwoju ekonomii wspomagany przez osiągnięcia technologii informatyczne? Uzasadnij swoją odpowiedź.
21. Opisz „Piątą Falę” w Koncepcja fal rozwoju gospodarczego Schumpetera i wskaż jej relację z rozwojem rynków elektronicznych.
22. Wyjaśnij czy i dlaczego rozwój Internetu i powstanie rynku internetowego wpłynęły na zmianę zasięgu oddziaływania firm oraz pozycję konkurencyjną w środowisku Internetowym.
23. Przedstaw definicję rynku elektronicznego w węższym i szerszym zakresie.
24. Opisz zasady funkcjonowania dwóch podstawowych modeli e-biznesu, B2C oraz B2B.
25. Podaj przykłady e-usług z zakresu e-administracja, e-zdrowie i e-edukacja.
26. Wyjaśnij na czym polega strategia marketingowa oraz produkcji w e-biznesie.
27. Wyjaśnij na czym polega strategia łączenia sil (team-upstrategy) w e-biznesie.
28. Omów czynności będące elementami procesów e-biznesowych.
29. Omów elementy i etapy budowy strategii e-biznesowej oraz uwarunkowania jej wdrażania oraz powodzenia tych działań.
30. Omów kompetencje e- menedżera.

Dr Agnieszka Król

Dziekan

Wydziału Zarządzania i Nauk Technicznych
w Menedżerskiej Akademii Nauk Stosowanych