

**ZESTAW PYTAŃ/ZAGADNIEŃ DO EGZAMINU DYPLOMOWEGO**

**NA KIERUNKU MARKETING INTERNETOWY**

**(STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA – PROFIL PRAKTYCZNY)**

|  |
| --- |
| **Pytania/zagadnienia egzaminacyjne** |
| 1. Wymień i scharakteryzuj kanały marketingu internetowego
 |
| 1. Wymień co najmniej 5 narzędzi wspierających promocje w internecie i omów każde z nich
 |
| 1. Czym charakteryzuje się pozycjonowanie stron internetowych - omów wady i zalety
 |
| 1. Wymień najbardziej znane formy content marketingu
 |
| 1. Wymień 3 podstawowe cechy dobrych treści w internecie, scharakteryzuj każdy z punktów
 |
| 1. Omów wpływ content marketingu na SEO
 |
| 1. Wymień rodzaje treści w marketingu internetowym
 |
| 1. Wymień 5 ważnych elementów jakie powinien posiadać wpis blogowy
 |
| 1. Czym jest storytelling, na czym się opiera i jaki jest cel storytellingu
 |
| 1. Wymień podstawowe elementy prawidłowo przygotowanej kreacji mailingowej
 |
| 1. Mailing i newsletter - podstawowe różnice
 |
| 1. Jak utrzymać higienę baz mailingowych
 |
| 1. Wymień najpopularniejsze systemy reklam PPC wykorzystywane w Polsce
 |
| 1. Wymień typy kampanii reklamowych w systemie reklamowym Google Ads
 |
| 1. Czym jest konwersja wspomagana
 |
| 1. Jakie znasz systemy CMR, scharakteryzuj jeden z nich
 |
| 1. Rola systemu CMR w biznesie
 |
| 1. Czym jest metoda kanban i przedstaw zalety jej zastosowania?
 |
| 1. Jaka jest rola lejka sprzedażowego w kampanii marketingowej?
 |
| 1. Czym jest grupa docelowa, a czym persona?
 |
| 1. Wskaż różnice pomiędzy pozycjonowaniem, a wizerunkiem marki?
 |
| 1. Koncepcja marketingu relacji i jej implikacje we współczesnej praktyce gospodarczej.
 |
| 1. Na czym polega koncepcja „4C” i jakie są jej uwarunkowania?
 |
| 1. Proszę przedstawić przebieg rozwoju koncepcji marketingu od orientacji produkcyjnej do marketingu strategicznego.
 |
| 1. Pojęcie i rodzaje badań naukowych.
 |
| 1. Proszę omówić obszary merytorycznego zainteresowania badań marketingowych.
 |
| 1. Proszę scharakteryzować kolejne etapy procesu badań marketingowych
 |
| 1. Jakie są podstawowe typy ankiet?
 |
| 1. Co określamy mianem kafeterii?
 |
| 1. Na jakie pytania odpowiada news prasowy?
 |
| 1. Co to jest „bańka filtrująca/informacyjna"?
 |
| 1. O atrakcyjności wywiadu decyduje co lub kto? Uzasadnij swoją odpowiedź
 |
| 1. Jak bronić się przed dezinformacją? Jak weryfikować wiadomości z social mediów?
 |
| 1. Omów kampanię Facebookową Tigera. Do czego nawiązuje poniższy post i jak mógł wpłynąć na postrzeganie marki?
 |
| 1. Co to jest UGC i jak to wykorzystać w budowie strategii komunikacji?
 |
| 1. Dlaczego warto budować zasięg organiczny?
 |
| 1. Reguła PPZZ
 |
| 1. Dokonać podziału przedsiębiorstw ze względu na różne kryteria
 |
| 1. Wymienić i opisać poszczególne punkty standardowego biznesplanu
 |
| 1. Opisać cykl życia produktu w kontekście jego znaczenia w planowaniu zakładania działalności gospodarczej
 |
| 1. Co to jest strategia marki?
 |
| 1. Co określamy mianem identyfikacji wizualnej?
 |
| 1. Jakie są podstawowe narzędzia współczesnej reklamy zewnętrznej?
 |
| 1. Jakie znasz style użytkowe i jakie są ich cechy charakterystyczne?
 |
| 1. Jakie są wyróżniki reportażu, felietonu i sylwetki?
 |
| 1. Wymień podstawowe kryteria oceny poprawności tekstu.
 |
| 1. Wpływ mediów 2.0 na społeczeństwo obywatelskie.
 |