

**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 conajmniej 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. Wymień funkcje mediów społecznościowych. |
| 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? |
|  |
|  |
|  |