

Propozycje pytań egzaminacyjnych 2015

Specjalność: Logistyka i Marketing w Mediach

Informatyka i Internet

1. Cyfrowa postać multimediiów (zapis, kompresja, wielkości).
2. Podstawowe parametry komputerów (komórka, tablet, netbook, laptop, PC).
3. Urządzenia zewnętrzne komputera.
4. Sieci (LAN, WLA, WAN).
5. Bezpieczeństwo teleinformatyczne.
6. Wykonawcy systemów teleinformatycznych.
7. Stan i uwarunkowania rozwoju Internetu.
8. Technologie Internetu.
9. Wyszukiwanie informacji i usług w Internecie.
10. Media w Internecie.

Zarządzanie Produkcją i Usługami

1. Etapy przygotowania produkcji.
2. Łańcuch wartości w branży telewizyjnej.
3. Kategorie interesariuszy mediów wg Picarda.
4. Źródła przychodów publicznych spółek radiowo-telewizyjnych (ustawa z 29 grudnia 1992 r.).
5. Jakie działalności należą do usług w zakresie informacji i komunikacji.
6. Najważniejsze elementy strategii.
7. Strategie naśladowców w strategiach firm mediowych.
8. Funkcje wartościowania pracy.
9. Jaki zakres funkcji przedsiębiorstwa obejmują systemy ERP.
10. Czym wyrażona jest produktywność kapitału.
11. Jakie są najczęstsze błędy przedsiębiorstw prowadzące do ich likwidacji (bankructwa):
12. Źródła innowacji wg P. Druckera:
13. Podział innowacji wg Podręcznika Oslo:
14. Czym jest i jakie ma znaczenie kapitał ludzki.
15. Czym jest i jakie ma znaczenie kapitał strukturalny.
16. Czym jest i jakie ma znaczenie kapitał intelektualny.

Zarządzanie i Marketing

1. Struktura organizacyjna firmy – podział rodzajowy, jakie funkcje pełni.
2. Kultura organizacyjna firmy - podział rodzajowy, jakie funkcje pełni.
3. Macierz bostońska (BCG) – komponenty składowe, czemu służy.
4. Grupy/zespoły w organizacji – charakterystyka, etapy formowania się, pełnione funkcje.
5. Model pięciu sił Potera – komponenty składowe , pełnione funkcje.
6. Ewolucja koncepcji marketing mix na przykładzie mieszanki marketingowej 4P i 4C.
7. Przewaga konkurencyjna organizacji na przykładzie efektów: skali, zakresu, uczenia się.
8. Produkty w działaniach marketingowych – cykl życia, procesy dyfuzji (charakterystyka tych etapów).
9. Badania marketingowe – podział rodzajowy, cechy charakterystyczne, zakres stosowania.
10. Uniwersalne zasady budowania kontentu programowego w mediach elektronicznych (radio, telewizja).
11. Procesy zachodzące na rynku mediowym – wybrane przykłady, dynamika zmian.
12. Jaki podmiot (fizyczny/prawny) funkcjonujący na naszym rynku uważasz za markę medialną – uzasadnij wybór.

Prawo

1. Wolność słowa i jej granice.
2. Wolność słowa a wolność prasy.
3. Zasady legalności krytyki prasowej.
4. Tajemnica dziennikarska.
5. Odpowiedzialność dziennikarza wobec źródła informacji.
6. Granice prawa do prywatności.
7. Zakaz pomawiania i znieważania w prawie cywilnym i karnym.
8. Dostęp do informacji publicznej.
9. Zasada szczególnej staranności i rzetelności zawodowej dziennikarza.
10. Pojęcie plagiatu i jego postacie.