

MAGISTERSKI EGZAMIN DYPLOMOWY

Kierunek: e-biznes

1. Etapy procesu zarządzania strategicznego i ich główne wyzwania.
2. Interesariusze przedsiębiorstwa – charakterystyka, znaczenie i metody kontroli.
3. Istota analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Proszę omówić wybrane metody badające makrootoczenie przedsiębiorstwa.
4. Istota analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Proszę omówić wybrane metody badające otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa.
5. Istota analizy strategicznej przedsiębiorstwa. Proszę omówić wybrane metody oceny potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.
6. Strategia dywersyfikacji – charakterystyka, rodzaje, wady i zalety.
7. Strategia internacjonalizacji – charakterystyka, rodzaje, wady i zalety.
8. Strategia integracji pionowej – charakterystyka, rodzaje, wady i zalety.
9. Źródła i mechanizmy tworzenia przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.
10. Logiki budowania związków kooperacyjnych (transakcyjna i konkurencyjna).
11. Fuzje i przejęcia – cele, charakterystyka, rodzaje, wady i zalety.
12. Outsourcing i offshoring – cele, charakterystyka, wady i zalety.
13. Kontrola strategiczna. Narzędzia kontroli strategii.
14. Wyzwania wdrażania strategii.
15. Jakie wyzwania dla zarządzania strategicznego niesie VUCA?
16. Porównaj podejście funkcjonalne (strukturalne) i procesowe w zarządzaniu.
17. Zdefiniuj pojęcie procesu biznesowego oraz podaj przykładowe klasyfikacje procesów biznesowych.
18. Czym jest mapowanie procesów biznesowych? Proszę omówić założenia notacji BPMN.
19. Na czym polega standaryzacja procesów biznesowych? Jakie są wady i zalety wysokiej standaryzacji procesów?
20. Proszę omówić koncepcję dojrzałości procesowej organizacji i scharakteryzować najważniejsze modele oceny dojrzałości procesowej.
21. Scharakteryzuj kluczowe obszary zarządzania kapitałem ludzkim w modelu Michigan.
22. Wymień metody weryfikacji kompetencji w procesie selekcji pracowników oraz scharakteryzuj metody najczęściej wykorzystywane do tego działania.
23. Wymień elementy systemu wynagradzania i scharakteryzuj najskuteczniejsze z nich w e-biznesie.
24. Pojęcie i właściwości e-biznesu.
25. Cykl życia rewolucji technologicznych.
26. Firmy jako systemy.
27. Funkcjonowanie organizacji jako efekt działania sprzężeń zwrotnych.
28. Porównaj pojęcia modelu biznesu i strategii.
29. Modele przychodów firm internetowych.
30. Scharakteryzuj model biznesu sprzedawcy internetowego.
31. Scharakteryzuj model biznesu dostawcy e-usługi.
32. Scharakteryzuj model biznesu dostawcy treści.
33. Scharakteryzuj model biznesu platformy wielostronnej.
34. Scharakteryzuj model biznesu animatora społeczności.
35. Scharakteryzuj podejścia Business Model Canvas i Lean Canvas.
36. Opisz kreację wartości w e-biznesie w modelu Amita i Zotta.

37. Opisz konkrowanie firm w modelu delta Haxa i Wilde'a.
38. Transformacja cyfrowa jako restrukturyzacja przedsiębiorstwa.
39. Trendy w zachowaniach konsumentów w kontekście rozwoju nowych technologii.
40. Pojęcia wartości dla klienta i wartości życiowej klienta.
41. Koszty transakcyjne klienta w Internecie, w tym koszty zmiany dostawcy.
42. Segmentacja portfela klientów.
43. Strategie oferowania kompozycji wartości dla klienta w internecie.
44. Wirtualizacja produktu w Internecie i charakterystyka produktów cyfrowych.
45. Efekt sieciowy – istota, rodzaje, konsekwencje.
46. Masowa kastomizacja w Internecie i współtworzenie wartości ukierunkowane na innych użytkowników.
47. Wszekkanałowość (omnichanneling) i konflikt międzykanałowy.
48. Działania promocyjne pull i push w Internecie.
49. Wykorzystanie wyszukiwarek internetowych w marketingu.
50. Modyfikacja łańcucha wartości na rynku.
51. Charakterystyka innowacji zaburzających (disruptive innovations).
52. Charakterystyka instrumentów promocji typu paid, owned i earned.
53. Rodzaje i zastosowanie technologii immersyjnych (rzeczywistość wirtualna, rozszerzona, mieszana).
54. Blockchain – właściwości i zastosowanie.
55. Uczenie maszynowe – rodzaje i zastosowanie.
56. Istota sieci społecznych i ich zastosowanie w biznesie.
57. Wpływ technologii teleinformatycznych na powstawanie nowych przedsiębiorstw działających na rynku odbiorców instytucjonalnych.
58. Wpływ technologii teleinformatycznych na tzw. zasiedziałe przedsiębiorstwa (incumbent companies) działające na rynku odbiorców instytucjonalnych.
59. Jakie problemy natury etycznej wiążą się z rozpowszechnianiem technologii teleinformatycznych dla celów komercyjnych?
60. Otoczenie prawne e-biznesu.
61. Jaką formę działalności gospodarczej wybrać dla prowadzenia e-biznesu?
62. Usługi zaufania (e-podpisy, e-pieczęcie, e-znaczniki czasu) oraz e-dokumenty – istota i zastosowanie w e-biznesie.
63. Prawa konsumenta i obowiązki przedsiębiorcy w umowach zawieranych na odległość.
64. Zasady przetwarzania danych osobowych w e-biznesie.
65. Proszę podać warunek (warunki) maksymalizacji zysku i omówić decyzje produkcyjne przedsiębiorstwa w krótkim i długim okresie.
66. Wykorzystanie elastyczności cenowej i dochodowej popytu w procesie podejmowania decyzji przez przedsiębiorstwo.
67. Wykorzystując izokwanty i linie jednakowego kosztu proszę omówić wybór techniki produkcji przez przedsiębiorstwo.
68. Proszę scharakteryzować równowagę przedsiębiorstwa w konkurencji doskonałej w krótkim i długim okresie.
69. Proszę scharakteryzować równowagę przedsiębiorstwa w konkurencji monopolistycznej w krótkim i długim okresie.
70. Proszę scharakteryzować równowagę typowego monopolu.
71. Co to jest monopol naturalny?
72. Proszę omówić koncepcję czystej straty społecznej (straty dobrobytu, deadweight loss), a także czystą stratę społeczną z tytułu wprowadzenia na rynek podatku pośredniego oraz czystą stratę społeczną monopolu.

73. Proszę omówić grę typu „dylemat więźnia” zastosowaną do oligopolu oraz równowagę Nasha.
74. Wykorzystując koncepcję oczekiwanej użyteczności, proszę opisać podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka (dla różnych stosunków do ryzyka). Proszę wykorzystać drzewa decyzyjne.
75. Istota strategii błękitnego oceanu.
76. Ekonomiczne i społeczne konsekwencje funkcjonowania platform wielostronnych.
77. Pojęcie i charakterystyka startupów.
78. Najważniejsze metodyki i narzędzia do zarządzania startupem.
79. Charakterystyka przemysłu 4.0.
80. Gospodarka cyfrowa i jej bitowo-korpuskularny charakter.
81. Rola publicznych i prywatnych regulatorów w gospodarce cyfrowej.
82. Luki cyfrowe w ujęciu społecznym i gospodarczym.
83. Charakterystyka bliźniaków cyfrowych.
84. Charakterystyka reklamy programatycznej (programmatic advertising).
85. W jaki sposób zastosowanie IT wpływa na budowę przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw?
86. Jakie są źródła wartości IT w poszczególnych modelach konfiguracji wartości przedsiębiorstwa?
87. Czym różni się zarządzanie IT (ang. IT management) od nadzoru IT (ang. IT Governance)?
88. Matryca nadzoru IT Weilla i Ross – budowa i zastosowanie.
89. Jakimi metodami (narzędziami) można mierzyć dopasowanie biznes-IT?
90. Czym różni się tradycyjne i usługowe podejście do zarządzania IT w przedsiębiorstwie?
91. Z jakich faz składa się cykl życia usługi zgodnie z ITIL i co obejmują poszczególne jego fazy?
92. Jakimi parametrami można opisać jakość usługi IT?
93. Czym jest portfel usług IT i jaka jest jego rola w zarządzaniu IT?
94. Jakie są korzyści i zagrożenia wynikające z wykorzystywania chmury obliczeniowej (cloud computing) w przedsiębiorstwach?
95. Open Government Data – idea i zastosowania.
96. Istota i zastosowanie analiz Big Data.
97. Wpływ inteligencji obliczeniowej na racjonalność decyzji.
98. Charakterystyka wirtualnej organizacji.
99. Inteligentne technologie agentowe.
100. Podstawowe zasady zapewnienia cyberbezpieczeństwa.

Literatura:

1. Doligalski T., Internet w zarządzaniu wartością klienta, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2013;
2. Doligalski T., Modele biznesu firm internetowych działających na rynku odbiorców indywidualnych — ujęcie typologiczne, „Marketing i Rynek”, 12/2018, s.13-22;
3. Doligalski T. (red.), Modele biznesu w Internecie. Teoria i studia przypadków polskich firm, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014;
4. Dynowski P., Kowalczyk-Pakuła I., Pacek G., Poradnik prawny dla e-biznesu, Wolters Kluwer, Warszawa 2016;
5. Marucha-Jaworska M., Rozporządzenie eIDAS. Zagadnienia prawne i techniczne, Wolters Kluwer, Warszawa 2017;
6. Orzechowski R., Budowanie wartości przedsiębiorstwa z wykorzystaniem IT, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008;

7. Papińska-Kacperk J., Polańska K., Analiza zaawansowania realizacji idei open government data w wybranych krajach, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” nr 874, „Studia Informatica” nr 37, 2015, s. 103-114;
8. Romanowska M., Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE, Warszawa 2017;
9. Rostkowski T. (red. nauk.), Dylematy wyższej kadry kierowniczej w zarządzaniu kapitałem ludzkim, Core Business Institute, Warszawa 2018;
10. Samuelson W.F., Marks S.G., Ekonomia menedżerska, PWE, Warszawa 2009;
11. Szczepankowski P., Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2019;
12. Świdorska G.K. (red.), Controlling kosztów i rachunkowość zarządcza, MAC/DIFIN, 2017.