

Zagadnienia do egzaminu dyplomowego na studiach II stopnia

E-BIZNES

1. Proces zarządzania strategicznego – etapy, narzędzia i główne wyzwania (analiza, wybór strategii, wdrażanie, kontrola).
2. Metody analizy strategicznej przedsiębiorstwa (badanie makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego, ocena potencjału strategicznego, analiza atrakcyjności rynku).
3. Przewaga konkurencyjna w gospodarce cyfrowej (źródła, rola IT, mechanizmy i trwałość).
4. Strategie rozwoju przedsiębiorstw tradycyjnych i cyfrowych (dywersyfikacja, integracja pionowa i pozioma – charakterystyka, wady, zalety).
5. Fuzje, przejęcia, outsourcing i offshoring (cele, rodzaje, korzyści wady).
6. Wpływ VUCA na zarządzanie przedsiębiorstwem (istota i źródła VUCA, perspektywa strategiczna, operacyjna).
7. Rewolucje technologiczne (istota, etapy, rewolucja internetowa vs rewolucja AI).
8. Innowacje zaburzające (innnowacje zaburzające (dysruptywne) vs. przyrostowe (inkrementalne), tworzenie rynków vs zaspokajanie obecnych potrzeb klientów, metodyka błękitnego oceanu).
9. Technologie transformacji cyfrowej (AI, automatyzacja, technologie chmurowe, blockchain, DeFi, technologie immersyjne, metaversum, cyfrowe bliźniaki, systemy cyberfizyczne).
10. Procesowe vs strategiczne podejście do transformacji cyfrowej (zarządzanie procesowe, perspektywa strategiczna, ich komplementarność).
11. Pozatechnologiczne czynniki transformacji cyfrowej (zarządzanie zmianą, kompetencje, przywództwo, struktura, kultura).
12. Zarządzanie kapitałem ludzkim w e-biznesie (specyfika HR w e-biznesie, dobór pracowników, ocenianie efektów pracy, nagradzanie i rozwój pracowników).
13. Zarządzanie projektami w e-biznesie (klasyczne i zwinne metodyki zarządzania projektami, modele dojrzałości projektowej organizacji, tworzenie i funkcjonowanie zespołów projektowych).
14. Uczenie maszynowe i generatywna sztuczna inteligencja w biznesie (istota, rodzaje, ograniczenia, zagrożenia).

E-BIZNES

15. Zastosowanie sztucznej inteligencji i automatyzacji w różnych funkcjach przedsiębiorstwa (marketing, finanse, HR, zarządzanie projektami, zarządzanie strategiczne, zarządzanie operacyjne).
16. Big Data, inteligencja obliczeniowa i technologie agentowe (zastosowanie, wpływ na racjonalność decyzji).
17. Modele biznesu – istota, typologie, ujęcia (model biznesu vs strategia, modele przychodów, ujęcie systemowe, business model canvas).
18. Modele biznesu w Internecie (sprzedawca internetowy, dostawca treści, dostawca e-usług, animator społeczności, platformy wielostronne).
19. Platformy wielostronne i efekty sieciowe (istota platform, rodzaje efektów sieciowych, konsekwencje rynkowe).
20. Oligopol wielkich firm technologicznych (charakterystyka, przewagi strukturalne, wpływ na firmy, użytkowników, społeczeństwa, państwa).
21. Przedsiębiorczość technologiczna i finanse firm technologicznych (startupy i ich ekosystem, jednorożce, wycena spółek technologicznych, źródła finansowania, specyfika ryzyka).
22. Zachowania konsumentów w erze cyfrowej (trendy, zmiany postaw, wpływ technologii na zachowania nabywcze).
23. Analityka relacji z klientami w e-biznesie (wartość dla klienta, wartość życiowa klienta, koszty transakcyjne, koszty zmiany dostawcy, satysfakcja i lojalność klientów, segmentacja portfela klientów, systemy analityki internetowej).
24. Wirtualizacja produktów, masowa kastomizacja i współtworzenie wartości (charakterystyka produktów cyfrowych, prosumeryzm).
25. Promocja w internecie (instrumenty, pomiar efektywności, targetowanie, media paid, owned i earned).
26. Wyszukiwarki internetowe i ich znaczenie w biznesie (pozycjonowanie stron internetowych, linki sponsorowane, Google Trends).
27. Dystrybucja w internecie (konflikt międzykanałowy, wielokanałowość, wszechkanałowość, dezintermediacja).
28. Otoczenie prawne e-biznesu (prawo konsumenckie, umowy na odległość, działalność gospodarcza online, RODO, AI Act, usługi zaufania).

E-BIZNES

29. Etyka i społeczna odpowiedzialność w e-biznesie (problemy etyczne związane z wykorzystaniem IT w działalności gospodarczej, etyczne aspekty gromadzenia i przetwarzania danych, algorytmizacja decyzji, stronniczość algorytmiczna, zaufanie użytkowników i odpowiedzialność społeczna firm).