



ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY INŻYNIERSKI
w roku akademickim 2019/2020

TOWAROZNAWSTWO
HANDEL I USŁUGI – MENEDŻER PRODUKTU
studia pierwszego stopnia
stacjonarne
nabór 2016/2017

Pula kierunkowa

1. Źródła prawa własności intelektualnej
2. Charakterystyka podstawowych składników żywności
3. Błonnik i gluten – charakterystyka i znaczenie w żywności i w żywieniu
4. Aminokwasy egzo i endogenne
5. Bezrobocie – definicja, klasyfikacje, przyczyny i skutki
6. Popyt i podaż. Elastyczności popytu i podaży
7. Struktura materiałów inżynierskich
8. Twardość materiałów inżynierskich
9. Pojęcie populacji generalnej oraz próby w ujęciu wnioskowania statystycznego
10. Klasyfikacja procesów informacyjnych
11. Zamrażanie jako metoda utrwalania produktów spożywczych
12. Charakterystyka metod rozdrabniania produktów spożywczych
13. Klasyfikacja i charakterystyka metod rozmrażania produktów spożywczych
14. Hurtownie danych w analizie danych
15. Obowiązki pracodawcy w zapewnieniu bezpiecznych i higienicznych warunków pracy
16. Procesy logistyczne realizowane w przedsiębiorstwie
17. Metody oznaczania kwasowości produktów spożywczych
18. Refraktometria i polarymetria w analizie produktów spożywczych
19. Metody oznaczania tłuszczów
20. Różnica między dezynfekcją a sterylizacją
21. Wpływ temperatury na przeżywalność drobnoustrojów
22. Znaczenie mikroflory psychrotrofowej w kształtowaniu jakości żywności
23. Krzywa wzrostu logarytmicznego bakterii
24. Wpływ warunków środowiska na rozwój drobnoustrojów
25. Skutki ekonomiczne i ekologiczne niedoboru wody
26. Przyczyny i skutki efektu cieplarnianego
27. Definicja, przyczyny i skutki eutrofizacji
28. Pojęcie świadomości ekologicznej
29. Zarządzanie i jego funkcje w organizacji

30. Cechy współczesnego konsumenta
31. Podstawowe czynniki warunkujące zachowania konsumenta na rynku
32. Ryzyko konsumenckie, jego istota i rodzaje
33. Znaczenie analizy sensorycznej w ocenie jakości towarów
34. Metody różnicowe wykorzystywane w analizie sensorycznej
35. Normy ISO serii 9000
36. Siedem zasad zarządzania jakością
37. Skuteczność i efektywność systemu zarządzania jakością
38. Kryteria klasyfikacji tworzyw sztucznych
39. Polimery z odnawialnych źródeł
40. Technologia wyrobu artykułów ceramicznych i szklanych
41. Towaroznawczy podział włókien
42. Działanie związku powierzchniowo – czynnego
43. Emulsje kosmetyczne
44. Modyfikacje powierzchni stosowane we współczesnych materiałach papierniczych
45. Czynniki determinujące jakość skór futerkowych i licowych
46. Ocena towaroznawcza przypraw
47. Ocena towaroznawcza mleka spożywczego
48. Ocena towaroznawcza serów twarogowych
49. Ocena towaroznawcza mlecznych napojów fermentowanych
50. Ocena towaroznawcza wędlin
51. Zasady znakowania jaj
52. Metody utrwalania surowca rybnego
53. Opakowania inteligentne i aktywne
54. Znakowanie opakowań związane z ochroną środowiska
55. Towaroznawcza charakterystyka mąki
56. Klasyfikacja pieczywa i wady pieczywa
57. Czynniki decydujące o wartości odżywczej owoców i warzyw
58. Zmiany przechowalnicze w pieczywie
59. Zmiany przechowalnicze tłuszczów jadalnych
60. Procesy fizjologiczne jako czynnik kształtujący trwałość przechowalniczą surowców roślinnych

Pula specjalnościowa

1. Konsumpcja zrównoważona
2. Podstawowe grupy mierników konsumpcji
3. Miejsce gospodarki magazynowej w systemach logistycznych
4. Metody alokacji zapasów w magazynie
5. Metody ilościowe i jakościowe w badaniach konsumenckich
6. Definicja ciągu handlowego
7. Charakterystyka sprzedaży preselekcyjnej
8. Bilans podmiotu gospodarczego
9. Elementy kształtujące wynik finansowy
10. Układ rodzajowy kosztów
11. Źródła finansowania majątku podmiotu gospodarczego
12. Podstawy prawne emisji pieniądza oraz rodzaje pieniądza
13. Marketing jako koncepcja zarządzania
14. Różnice między towarem a usługą w kontekście produktu

15. Główne narzędzia promocji
16. Kanały dystrybucji dóbr materialnych
17. Funkcje handlu pełnione na rzecz nabywców indywidualnych
18. Baza materialno-techniczna jako czynnik wytwórczy w handlu
19. Zakup i sprzedaż towarów w handlu detalicznym
20. Pojęcie i charakterystyka teorii handlu
21. Istota i specyfika formatów handlu detalicznego
22. Kooperacja w handlu
23. Koncentracja handlu i usług - istota i przykłady
24. Główne cechy usług
25. Determinanty rozwoju sektora usług
26. Specyfika kształtowania jakości w usługach
27. Efektywność kierowania i organizacji
28. Wyzwania dla kierowników/menedżerów
29. Znaczenie kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie
30. Istota i funkcje marki
31. Wartość marki i jej znaczenie
32. Cele merchandisingu producenta i detalisty
33. Techniki merchandisingu handlowego
34. Formy prawne działalności gospodarczej w Polsce
35. Rodzaje przedsiębiorstw ze względu na ich wielkość
36. Źródła finansowania działalności gospodarczej
37. Marketing w różnych kulturach
38. Znaczenie zmysłów w handlu
39. Znaczenie autorytetu w sprzedaży
40. Znaczenie ubezpieczeń w działalności gospodarczej

Gdynia, dnia 30 września 2019 roku.