



ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY MAGISTERSKI
w roku akademickim 2025/2026

ZARZĄDZANIE
BIZNES ELEKTRONICZNY
studia drugiego stopnia
stacjonarne / niestacjonarne
nabór 2024/2025

Pula specjalnościowa

1. Wskazać narzędzia stosowane przez firmy w celu poprawy efektywności sprzedaży on-line.
2. Wyjaśnić na czym polega i jakie korzyści przynosi stosowane w e-handlu podejście omnichannel.
3. Aplikacje internetowe w e-biznesie.
4. Technologie internetowe do tworzenia aplikacji WWW.
5. Zasady działania aplikacji WWW.
6. Architektura MVC w tworzeniu.
7. Wyjaśnić w jaki sposób SEO pomaga budować strategie e-marketingowe.
8. Omówić na czym polega zastosowanie content marketingu i wskazać jego najważniejsze narzędzia.
9. Struktura i topologia sieci społecznych.
10. SNA w analizie Sieci Społecznościowych.
11. Rola portali społecznych w e-biznesie.
12. Koncepcja i znaczenie systemów CRM we współczesnym biznesie.
13. Moduły systemów CRM.
14. Czynniki sukcesu wdrożenia CRM w firmie.
15. Omówić wpływ Internetu na działanie sił konkurencyjnych na rynkach (wg modelu Portera).
16. Wskazać czym jest ostateczny cel i na czym polega dynamiczny model strategii firm w e-biznesie.
17. Korzyści i wady stosowania narzędzi CAAT's.
18. Konstrukcja i zastosowanie macierzy ryzyka.
19. Cechy charakterystyczne inteligentnego algorytmu.
20. Inteligentne aplikacje i ich związek z big data.
21. Sztuczna inteligencja w systemach webowych.
22. Rodzaje i modele chmur obliczeniowych.
23. Rola chmur obliczeniowych w rozwoju sztucznej inteligencji.
24. Innowacyjność modeli e-biznesu.

25. Elementy składowe modelu e-biznesu.
26. Znaczenie modeli biznesu w e-biznesie.
27. Inteligentne systemy rekomendacyjne.
28. Identyfikacja niepożądanych zachowań w dostępie do zasobów serwera www.
29. Analiza struktury serwisu www.
30. Identyfikacja użytkowników serwisów internetowych o podobnych preferencjach.

Gdynia, dnia 26.11.2025 r.

PRODZIEKAN ds. KSZTAŁCENIA
WYDZIAŁU ZARZĄDZANIA
I NAUK O JAKOŚCI UMG

dr hab. inż. Przemysław Dmowski,
prof. UMG