



**ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY LICENCJACKI**  
**w roku akademickim 2025/2026**

**ZARZĄDZANIE**  
**MARKETING I HANDEL**  
studia pierwszego stopnia  
stacjonarne / niestacjonarne  
**nabór 2023/2024**

**Pula specjalnościowa**

1. Różnice pomiędzy komunikacją marketingową a promocją.
2. Zalety komunikacji wizualnej w marketingu.
3. Specyfika badań marketingowych na dowolnym rynku branżowym, np. w kulturze.
4. Metody badań marketingowych na rynku usług.
5. Cechy *real time* marketing.
6. Istota i zalety strategii błękitnych oceanów w marketingu.
7. Relacje pomiędzy marketingiem a zarządzaniem w przedsiębiorstwie handlowym.
8. Cechy i funkcje przedsiębiorstwa handlowego.
9. Niepewność a ryzyko w zarządzaniu – różnice.
10. Kompetencje doskonalone podczas treningu interpersonalnego.
11. Istota asertywności. Przykłady zachowań asertywnych.
12. Informacja zwrotna i jej znaczenie w komunikacji interpersonalnej.
13. Scharakteryzować zjawiska globalizacji i glokalizacji.
14. Instytucje handlu międzynarodowego – rola i znaczenie w gospodarce.
15. Mechanizmy kontroli w handlu międzynarodowym.
16. Podział i funkcje rynków zorganizowanych w handlu międzynarodowym.
17. Model Akceptacji Technologii (TAM) - sposób wykorzystania do przewidywania zachowań konsumentów wobec nowych technologii.
18. Content marketing i jego znaczenie w tworzeniu wartościowych treści dla budowania relacji z odbiorcami w marketingu przyszłości.
19. Real Time Marketing i warunki skutecznego wykorzystania bieżących wydarzeń w komunikacji marki.
20. Znaczenie technik sprzedaży w działalności handlowej.
21. Znaczenie planu marketingowego w działalności marketingowej.
22. Racjonalne i irracjonalne zachowania współczesnego konsumenta.
23. Współczesne trendy w rozwoju marketingu sensorycznego.

24. Cele wdrożenia systemu HACCP w przedsiębiorstwach handlowych.
25. Społeczno-gospodarcze skutki fałszowania towarów.
26. Znaczenie wykorzystania odnawialnych źródeł energii w strategii wizerunkowej przedsiębiorstwa.
27. Rola i znaczenie magazynów w kanałach dystrybucji.
28. Zrównoważony rozwój jako determinanta rozwoju współczesnych magazynów.
29. Twórcze rozwiązywanie problemów według koncepcji design thinking.
30. Kluczowe elementy komercjalizacji produktu.

Gdynia, dnia 26.11.2025 r.

PRODZIEKAN ds. KSZTAŁCENIA  
WYDZIAŁU ZARZĄDZANIA  
I NAUK O JAKOŚCI UMG

dr hab. inż. Przemysław Dmowski,  
prof. UMG