**Pytania na egzamin dyplomowy**

**Zakres: E-commerce**

1. Logo, a Rebranding marki
2. Rola znaku graficznego w promocji firmy
3. Wyjaśnić, czy Prank marketing może znaleźć zastosowanie w dowolnej branży? Uzasadnić odpowiedź.
4. Wymienić narzędzia budowania relacji z klientami w mediach społecznościowych. Które z nich można uznać są najskuteczniejsze?
5. Omówić różne formaty multimedialne stosowane w kampaniach reklamowych w Internecie. Przytoczyć przykłady kampanii, w których zastosowanie multimediów miało kluczowe znaczenie dla osiągnięcia zamierzonych celów marketingowych.
6. Omówić, w jaki sposób psychologia kolorów wpływa na percepcję i odbiór reklam? Zidentyfikować konkretne przykłady kampanii reklamowych, w których świadome użycie kolorów odegrało kluczową rolę w osiągnięciu sukcesu marketingowego.
7. Wymienić i opisać modele  baz danych i ich właściwości implementacji w systemach handlu elektronicznego.
8. Omówić diagramy encji i relacji ERD oraz diagramy klas w projektowaniu logicznej struktury baz danych.
9. Omówić typy obiektywów stosowanych w fotografii produktowej.
10. Wyjaśnić, jakie jest zastosowanie fotografii bezcieniowej?
11. Przedstawić i omówić na czym polega opracowanie koncepcji, wymagań i strategii dotyczących stworzenia sklepu internetowego.
12. Opisać poszczególne etapy podczas projektowania komponentów sklepu internetowego i omówić strukturę organizacji informacji w serwisie.
13. Scharakteryzować, w jaki sposób systemy CRM mogą wspierać personalizację doświadczeń klienta i jakie znaczenie ma to dla retencji klientów oraz zwiększenia wartości klienta w czasie?
14. Wyjaśnić, w jaki sposób analiza danych zbieranych przez systemy CRM może przyczynić się do optymalizacji działań marketingowych i sprzedażowych? Przedstawić przykłady wykorzystania danych z CRM do segmentacji klientów oraz automatyzacji kampanii marketingowych.
15. Przedstawić najważniejsze aspekty bezpieczeństwa w oprogramowaniu e-commerce oraz w jaki sposób zabezpieczenia danych klientów oraz transakcji online wpływają na zaufanie do sklepu internetowego i jego reputację?
16. Określić główne korzyści i wyzwania wynikające z integracji oprogramowania e-commerce z systemami zarządzania zapasami (ERP) i logistyką oraz jak ta integracja może wpływać na efektywność operacyjną sklepu internetowego.
17. Wyjaśnić, czym wyróżniają się metody tworzenia witryn internetowych za pomocą CMS na tle innych współczesnych metod?
18. Wymienić najważniejsze zalety i wady metody tworzenia treści za pomocą Content Management System.
19. Wskazać wady i zalety rozwiązań Cloud Computing wspierających e-commerce.
20. Omówić wyzwania w zakresie bezpieczeństwa i ochrony danych w systemach e-commerce oferowanych w chmurze obliczeniowej.
21. Przedstawić wybrane narzędzia informatyczne promocji produktów i usług w Internecie oraz wskazać praktyczne ich wykorzystanie na bazie konkretnych organizacji.
22. Omówić różne przykłady promocji produktów i usług w mediach społecznościowych.
23. Wyjaśnić, na czym polega analiza ryzyka w procesie zarządzania ryzykiem w bezpieczeństwie informacji wg normy ISO 27001?
24. Scharakteryzować wpływ czynnika ludzkiego na bezpieczeństwo zasobów informacyjnych.
25. Wyjaśnić, na czym polega specyfika prowadzenia działalności gospodarczej w obszarze e-commerce oraz określić obowiązki i prawa stron zawieranych umów w e-commerce w aspekcie prawa cywilnego, podpisu elektronicznego itp.
26. Omówić prawa konsumenckie mające zastosowanie w e-commerce oraz spróbować doradzić potencjalnemu konsumentowi jakie ma prawa w przypadku zwrotu czy reklamacji w handlu elektronicznym.
27. Określić, jakie strategie content marketingowe są kluczowe w budowaniu długoterminowego zaangażowania użytkowników?
28. Scharakteryzować algorytmy Google.
29. Wyjaśnić, jakie są praktyczne zastosowania podstawowych metryk Google Analytics w e-commerce?
30. Wyjaśnić, w jaki sposób narzędzia takie jak Similarweb i Google Trends mogą wspierać analizę konkurencji w e-commerce i jakie są ich ograniczenia?