



ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY INŻYNIERSKI
w roku akademickim 2018/2019

TOWAROZNAWSTWO
HANDEL I USŁUGI – MENEDŻER PRODUKTU
studia pierwszego stopnia
stacjonarne
nabór 2015/2016

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. Podstawowe procesy logistyczne
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. Środowiskowe zanieczyszczenia żywności oraz skutki zdrowotne występowania pozostałości substancji chemicznych w żywności
26. Przyczyny i skutki efektu cieplarnianego
27. Konsumpcjonizm a degradacja środowiska naturalnego
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. Przykładowe 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. Centra handlowe jako przejaw koncentracji handlu i usług w ujęciu przestrzennym
24. Główne cechy usług
25. Przyczyny rozwoju usług na świecie
26. Specyfika kształtowania jakości w usługach
27. Efektywność kierowania i organizacji
28. Wyzwania dla kierowników/menedżerów
29. Znaczenie kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie
30. Przykładowe sposoby ochrony marki
31. Wartość marki i jej znaczenie
32. Cele merchandisingu producenta i detalisty
33. Techniki merchandisingu handlowego
34. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej według obowiązujących aktów normatywnych 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 20 września 2018 roku.