**ZAKŁAD NOWYCH MEDIÓW**

**PYTANIA EGZAMINACYJNE NOWE MEDIA I E-BIZNES - nabór 2020/2021**

**EGZAMIN DYPLOMOWY 2023**

**PYTANIA KIERUNKOWE**

1. Podaj definicję nowych mediów i omów cechy nowych mediów.
2. Model aktu/procesu komunikowania, zwany „formułą H.D. Lasswella” miał w zamierzeniu autora wyznaczać 5 głównych dziedzin w badaniach medialnej komunikacji publicznej. Jakie to dziedziny?
3. Wymień i omów pozytywne i negatywne konsekwencje upowszechnienia nowych mediów.
4. Czym są media społecznościowe?
5. Wymień cechy/ komponenty technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT- information and communication technologies).
6. Wyjaśnij pojęcie “społeczeństwo informacyjne” i scharakteryzuj cechy społeczeństwa informacyjnego.
7. Na czym polega cyfrowa rewolucja medialna? Podaj przykłady z obszaru gospodarki i polityki.
8. W opisie społeczeństwa informacyjnego używa się pojęcia „wykluczenie cyfrowe” (*digital exclusion*). Wyjaśnij, czego dotyczy wykluczenie cyfrowe oraz jakie są konsekwencje tej formy stratyfikacji społecznej.
9. Na czym polega homogenizacja kultury? Podaj typy homogenizacji oraz przykłady.
10. Wymień najpopularniejsze serwisy społecznościowe oraz przedstaw typy aktywności ich użytkowników.
11. Omów koncepcję mediów jako czwartej władzy.
12. Wymień dziennikarskie rodzaje i gatunki informacyjne oraz omów jeden z nich.
13. Wymień podstawowe gatunki telewizyjne i omów jeden z nich.
14. Jakie są zadania/ misja nadawców publicznych mediów w zmieniającym się otoczeniu?
15. Przedstaw rynek tabloidów w Polsce oraz omów przejawy tabloidyzacji w mediach publicznych i komercyjnych.
16. Wyjaśnij pojęcie „gospodarka oparta na wiedzy i informacji”, podaj przykłady.
17. Wyjaśnij pojęcia: „klasa kreatywna” oraz „przemysły kreatywne”. Przedstaw znaczenie rozwoju przemysłów kreatywnych w Polsce.
18. Omów problem konwergencji technologicznej oraz konwergencji kulturowej. Wyjaśnij znaczenie konwergencji mediów w XXI wieku.
19. Przedstaw problem tożsamości w koncepcji społeczeństwa ponowoczesnego oraz zmiany w tożsamościach wynikające z wpływu Internetu na życie codzienne jednostki.
20. Wymień i omów podstawowe cele badań społecznych oraz ich egzemplifikację w badaniach mediów masowych.
21. Wymień i omów podstawowe cele badań marketingowych, podaj przykładowe metody.
22. Wymień najważniejsze firmy zajmujące się badaniami opinii społecznej oraz badaniami i rynku medialnego w Polsce. Przedstaw zakres tematyczny badań oraz stosowane metody.
23. T. Goban-Klas (nawiązując do R. Fidlera) przedstawia ewolucję mediów jako mediamorfozę. Wymień kolejne mediamorfozy i omów jedną z nich.
24. Na czym polega mediatyzacja życia codziennego oraz mediatyzacja polityki - podaj przykłady.
25. Wymień techniki wywierania wpływu społecznego i omów jedną z nich.
26. Przedstaw zasady oraz bariery w komunikacji międzykulturowej. Czy etnocentryzm jest przeszkodą

w komunikacji międzykulturowej.

1. Wymień globalne korporacje medialne i wyjaśnij, na czym polega monopol technologicznych gigantów medialnych.
2. Scharakteryzuj przemiany systemu medialnego w Polsce w XXI wieku. Jakie są zadania mediów publicznych.
3. Omów metody ilościowe stosowane w badaniach medioznawczych.
4. Omów metody jakościowe stosowane w badaniach medioznawczych.
5. Zdefiniuj pojęcie kanału online i wymień rodzaje kanałów online
6. Zdefiniuj pojęcie marki.
7. Na czym polega pozycjonowanie marki?
8. Zdefiniuj pojęcie reklamy internetowej.
9. Na czym polega kreacja reklamy internetowej?
10. Zdefiniuj pojęcie social media / media społecznościowe.
11. Scharakteryzuj wybrane media społecznościowe.
12. Zdefiniuj pojęcie e-rynku i wymień 3 cechy sprzedaży online.
13. Scharakteryzuj podstawowe elementy strony internetowej.
14. Czym są tzw. „kryzysy w social mediach”? Podaj przykład.
15. Czym jest FOMO?
16. Jakie są narzędzia do monitorowania działań w mediach społecznościowych?
17. Jakie można wyróżnić psychologiczne aspekty reklamy w mediach społecznościowych?
18. Czym jest szum informacyjny?
19. Czym jest bańka informacyjna?
20. Wyjaśnij, czym jest *postprawda* i jaki ma związek z mediami.
21. Czym jest zjawisko zwane „klątwą wiedzy”?
22. Czym są i jak działają algorytmy w mediach społecznościowych?
23. Wyjaśnij pojęcie *immersji* na przykładzie wybranych mediów.
24. Wyjaśnij, czym jest *sztuczna inteligencja* i wymień przykłady jej zastosowania w obszarze mediów i komunikacji społecznej.
25. Wyjaśnij pojęcie *kultura uczestnictwa* oraz omów rolę nowych mediów w kształtowaniu tego zjawiska.

**PYTANIA SPECJALNOŚCIOWE**

**E-BIZNES**

1. Przedstaw podstawowe zasady tworzenia biznes planu przedsiębiorstwa w obszarze e-biznesu.
2. Public relations jako składnik kampanii marketingowych. Podaj praktyczny przykład w obszarze biznesu medialnego.
3. Omów koncepcję marketingu-mix 4C.
4. Przedstaw znaczenie monitoringu mediów dla tworzenia kampanii reklamowych w komunikacji biznesowej.
5. Omów Public Relations w kontekście innych form/ technik promocyjnych.
6. Przedstaw znaczenie blogów (stron internetowych) w komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej
firmy/ przedsiębiorstwa.
7. Przedstaw zasady projektowania/ tworzenia strony internetowej firmy.
8. Co można zrobić, aby poprawić pozycję strony internetowej na liście wyników wyszukiwania w wyszukiwarce?
9. Dlaczego media stanowią modelowy przykład struktur będących równocześnie biznesem i instytucją zaufania publicznego?
10. Wymień podstawowe pojęcia związane z IV rewolucją przemysłową i omów jedno z nich.
11. Omów zmiany na rynku pracy zaistniałe pod wpływem Internetu.
12. Przedstaw problemy cyberbezpieczeństwa i scharakteryzuj najważniejsze zagrożenia.
13. Wyjaśnij projekty biznesowe oparte na crowdfundingu oraz podaj ich podstawowe cechy.
14. Omów metody personalizowania przekazu reklamowego w Internecie.
15. Przedstaw rynek tabloidów w Polsce oraz przejawy tabloidyzacji w mediach publicznych i komercyjnych.
16. Omów społeczne aspekty i psychologiczne konsekwencje ekspozycji przemocy w mediach starych i mediach nowych w kontekście biznesowym.
17. Wyjaśnij pojęcie *blockchain* i podaj przykłady biznesów opartych na tej technologii.
18. Podaj przykłady zastosowania Sztucznej Inteligencji (AI) w projektach współczesnego biznesu.
19. Omów czym jest model biznesowy i podaj przykłady modeli przychodowych wykorzystywanych przez firmy w internecie.
20. Na czym polega globalny rynek filmowy: producenci, reżyserzy, aktorzy w kategoriach analizy ekonomii prestiżu.
21. Czym jest i jakie elementy powinna zawierać strategia marketingowa.
22. Wymień rodzaje strategii marketingowych wykorzystywanych w Internecie.
23. Jakie są korzyści z funkcjonowania przedsiębiorstwa w e-środowisku?
24. Wymień i omów znane Ci modele sprzedażowe (min. 3) funkcjonujące w internecie.
25. Zdefiniuj pojęcie remarketingu.
26. Scharakteryzuj korzyści stosowania narzędzi CRM.
27. Jakie znaczenie dla rozwoju przedsiębiorstwa ma komunikacja poprzez media społecznościowe?
28. Jakie działania podejmują firmy w celu wyróżnienia swojej pozycji czy produktu w e-środowisku?
29. Jakie można wymienić typy i sposoby funkcjonowania przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych?
30. Czym jest Customer Journey Map?
31. Jak można budować relacje z klientami poprzez Internet?
32. Wyjaśnij, czym jest *ekonomia uwagi* i omów, jaką rolę odgrywają w niej nowe media.
33. Wyjaśnij pojęcie e-commerce i podaj przykład firmy działającej w tej gałęzi gospodarki