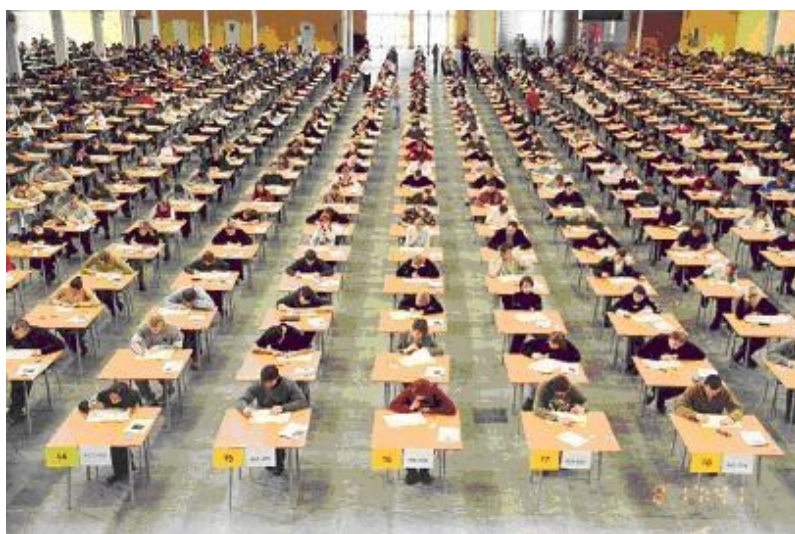


Lista przykładowych pytań zaliczeniowych z przedmiotu „Biznes elektroniczny”



Opracowanie: dr inż. Jacek Jakiela

Przykładowe pytania

1. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj tak, aby rozwiązania ICT nie były jedynie refleksją przy formowaniu strategii biznesowej ale rzeczywistą przyczyną i motorem napędowym”.
2. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj tak, aby odpowiednio wykorzystać zasoby informacyjne przy tworzeniu nowych produktów i usług, gdyż jest to o wiele bardziej efektywne kosztowo niż wytwarzanie i dystrybucja produktów fizycznych”.
3. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj pamiętając o tym, że niezdolność do obalenia dominującego, przeterminowanego modelu biznesowego często prowadzi do porażki”.
4. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj tak, aby możliwe było tworzenie elastycznych aliansów outsourcing’owych, które pozwalają nie tylko „przerzucić” koszty ale uczynić klienta rozentuzjasmowanym”.
5. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj tak, aby infrastruktura e-biznesowa pozwalała na uważne słuchanie klientów, przez co firma może zaoferować produkt najtańszy, najlepiej znany lub najlepszy pod względem jakości”.
6. Zinterpretuj regułę nowej gospodarki „Projektuj tak, aby rozwiązanie pozwalało na polepszenie całościowego doświadczenia klienta związanego z zakupem, od wyboru i zamawiania aż po odbiór i serwis”.
7. Wskaż i omów krótko cele projektanta przy projektowaniu warstwy powierzchni rozwiązania internetowego.
8. Wskaż i omów krótko cele projektanta przy projektowaniu warstwy szkieletu rozwiązania internetowego.
9. Wskaż i omów krótko cele projektanta przy projektowaniu warstwy struktury rozwiązania internetowego.
10. Wskaż i omów krótko cele projektanta przy projektowaniu warstwy zakresu rozwiązania internetowego.
11. Wskaż i omów krótko cele projektanta przy projektowaniu warstwy modelu biznesowego rozwiązania internetowego.
12. Wymień i omów krótko podstawowe elementy internetowego modelu biznesowego.
13. Wyjaśnij różnice pomiędzy pojęciami *e-handel* oraz *e-biznes*. Podaj dwa przykłady działań, które mogą być sklasyfikowane jako e-biznes ale nie należą do kategorii e-handlu.
14. Wymień i krótko omów formy *e-handlu* (podział w zależności od stopnia digitalizacji takich elementów jak produkt, proces składania zamówienia, proces realizacji dostawy).
15. Wymień i krótko omów podstawowe kategorie rynków elektronicznych (podział w zależności od miejsca realizacji transakcji).
16. Wyjaśnij logikę działania e-ryнку nabywcy (*buyer-oriented marketplace*). Z jakiego modelu realizacji transakcji korzystają e-rynki tej kategorii.
17. Wyjaśnij logikę działania e-ryнку pośrednika (*intermediary-oriented marketplace*).
18. Wymień i krótko omów podstawowe funkcje e-rynków.
19. Wskaż na kategorie systemów międzyorganizacyjnych (*Interorganizational Information Systems*). Omów krótko każdą z kategorii. Wyjaśnij różnice pomiędzy e-rynkiem a systemem międzyorganizacyjnym.
20. Wymień kategorie rozwiązań e-biznesowych zgodnie z podziałem uwzględniającym role stron realizujących transakcje (B2C, B2B, etc.).
21. Wyjaśnij istotę i logikę działania e-biznesów bazujących na efektywności. Podaj przykład.

22. Wyjaśnij istotę i logikę działania e-biznesów bazujących na produkcie fizycznym. Podaj przykład.
23. Wyjaśnij istotę i logikę działania e-biznesów bazujących na produkcie informacyjnym. Podaj przykład.
24. Wyjaśnij istotę i logikę działania e-biznesów produktowych działających w oparciu o programy afiliacyjne. Podaj przykład.
25. Wymień i krótko opisz dobre praktyki doboru nazwy domeny.
26. Wyjaśnij pojęcie architektura oferty i omów sposób jej planowania.
27. Wyjaśnij pojęcie oferta w zakresie wartości dodanej i wskaż na wymiary analizy, które powinny być uwzględnione podczas jej planowania.
28. Wskaż na różnice pomiędzy pojęciami ekonomiczna wartość dodana i wartość dodana postrzegana przez klienta.
29. Wymień i omów krótko podstawowe style zakupów on-line.
30. Omów cel wykorzystania oraz strukturę modelu zachowania klienta.
31. Wymień i omów krótko podstawowe etapy podejmowania decyzji zakupu on-line. Wskaż na cele, których realizację powinna wspierać witryna na każdym z etapów.
32. Wymień i krótko omów podstawowe elementy modelu generowania przychodów.
33. Wyjaśnij różnicę pomiędzy wyceną z wykorzystaniem stałej ceny oraz dynamicznej wyceny.
34. Wymień i krótko omów modele źródeł przychodów.
35. Jaki podstawowy warunek musi być spełniony, aby model subskrypcyjny źródeł przychodów sprawnie działał?
36. Jaki podstawowy warunek musi być spełniony, aby model reklamowy źródeł przychodów sprawnie działał?
37. Jaki podstawowy warunek musi być spełniony, aby model transakcyjny źródeł przychodów sprawnie działał?
38. Jaki podstawowy warunek musi być spełniony, aby model afiliacyjny źródeł przychodów sprawnie działał?
39. Wskaż i omów podstawowe kategorie modeli dynamicznej wyceny.
40. Wymień i krótko omów protokoły aukcyjne wykorzystywane w dynamicznej wycenie.
41. Wyjaśnij istotę działania modelu *name-your-own-price*.
42. Wyjaśnij dlaczego dot.comy nie posiadają pełnego łańcucha wartości i działają w oparciu o sieć wartości.
43. Jaki jest podstawowy cel tworzenia sieci wartości.
44. Wskaż na role partnerów biznesowych wchodzących w skład sieci wartości e-sklepu.
45. Wskaż na role partnerów biznesowych wchodzących w skład sieci wartości wortalu.