

Katalog pytań do części egzaminu dyplomowego
(zajęcia obowiązkowe i obieralne)
dla studentów kierunku *Języki obce w komunikacji (e-)biznesowej*
– rocznik 2023/2024

zajęcia obowiązkowe:

1. Co to jest postędyca tłumaczenia maszynowego? Czym się różni postędyca lekka od pełnej? (wtpt)
2. Co to są kognaty, anglicyzmy i internacjonalizmy (w węższym znaczeniu)? Podaj przykłady w obrębie języków: polski-angielski-niemiecki. Jaką rolę odgrywają w komunikacji językowej? (ppajkj)
3. Czym jest akt mowy? Przedstaw różnicę między aktem lokucyjnym, illokucyjnym i perlokucyjnym. (km)
4. Czym jest lokalizacja klienta i jak można ją budować na przykładzie sklepu internetowego. (smc)
5. Czym w kontekście sztucznej inteligencji jest zjawisko halucynowania i jakie zagrożenia biznesowe i wizerunkowe z niej wynikają? (smc)
6. Jaką strategiczną rolę pełni marketing treści (content marketing) w ogólnej strategii marketingu internetowego? (mcp)
7. Jakie czynniki wpływają na osiąganie wysokich pozycji w wynikach wyszukiwania Google? Wymień co najmniej 3 czynniki i wyjaśnij ich rolę (smc)
8. Jakie elementy strategii treści i budowy strony internetowej są kluczowe dla efektywnego budowania długiego ogona (Long-Tail SEO)? (mcp)
9. Jakie są najważniejsze, aktualne (i prognozowane) trendy w marketingu internetowym, które mają kluczowy wpływ na strategię i taktykę firm w najbliższych latach, i jak organizacje powinny się do nich dostosować? (mcp)
10. Jakie są różnice między wielojęzycznością indywidualną a wielojęzycznością w ujęciu społeczno-geograficznym? Podaj cechy obydwu zjawisk. (ppajkj)
11. Jakie wyzwania mogą pojawić się w pracy zespołów wielokulturowych w obszarze komunikacji i jakie strategie można zastosować, aby im przeciwdziałać? (km)
12. Na czym polega idea „segment of one” w marketingu i w jaki sposób przejawia się ona w praktyce maksymalnej personalizacji? (mcp)
13. Na czym polega specjalny status języka angielskiego wśród języków świata? Jakie czynniki na to wpłynęły? Czy status ten może się zmienić? (Jeśli tak/nie, to z jakiego powodu? (ppajkj)
14. Omów główne wymiary kultury w modelu Hofstede’a i podaj przykłady pokazujące, w jaki sposób wpływają one na komunikację interpersonalną. (km)
15. Omów krótko ewolucję języków technicznych. (ljs)
16. Omów pojęcie specjalistycznej kompetencji dyskursywnej w procesie komunikowania się. (ljs)

17. Omów przykłady działań organizacji w obszarach środowiskowym (E), społecznym (S) i ładu korporacyjnego (G) w kontekście ESG. Jak te działania odpowiadają tradycyjnym inicjatywom CSR? (sob)
18. Omów zjawisko idiolektów i polilektów w językach specjalistycznych. (ljs)
19. Omów znaczenie kontekstu kulturowego (wysokokontekstowy vs. niskokontekstowy) w procesie komunikacji i podaj przykłady potencjalnych nieporozumień. (km)
20. Omów, czym jest model Paid Media, Owned Media i Earned Media oraz podaj przykłady kanałów lub działań marketingowych przypisanych do każdego z tych obszarów. (pmc)
21. Omów, jakie są podstawowe warunki posługiwania się cytatem w sposób zgodny z obowiązującym prawem. (owi)
22. Omów, jakie znaczenie mają wskaźniki efektywności kampanii internetowych (np. CPC, CPM, CTR, conversion rate) oraz wyjaśnij, do czego służą one w ocenie skuteczności działań marketingu cyfrowego. (pmc)
23. Omów, na czym polega neurologiczny model poziomów Diltsa oraz wyjaśnij, w jaki sposób model ten wspiera proces zmiany i uczenia się w coachingu. (cwb)
24. Omów, w jaki sposób coaching może wspierać rozwiązywanie konfliktów i budowanie współpracy w biznesie, uwzględniając pojęcia asertywności, informacji zwrotnej, negocjacji typu win-win oraz wybrane narzędzie coachingowe (np. GROW). (cwb)
25. Podaj co najmniej dwa narzędzia do analizy najczęściej zadawanych pytań użytkowników (np. w wyszukiwarkach) i wyjaśnij ich znaczenie dla zwiększania przychodów sklepu internetowego. (smc)
26. Przedstaw i omów najważniejsze teorie (co najmniej trzy) odnoszące się do pochodzenia/powstania języka. Następnie wskaż teorię uznawaną obecnie za najbardziej naukowo uzasadnioną i krótko uzasadnij swój wybór. (wdj)
27. Scharakteryzuj, kluczowe kompetencje coacha według ICF oraz wyjaśnij, dlaczego standardy etyczne i kompetencyjne mają znaczenie w coachingu biznesowym. (cwb)
28. Uzasadnij, dlaczego warto analizować dane pochodzące ze strony internetowej. (peb)
29. W jaki sposób i w jakim zakresie sztuczna inteligencja (AI) może być wykorzystywana do personalizacji treści i działań marketingowych w internecie? (mcp)
30. W jaki sposób wdrożenie polityki CSR i strategii ESG wpływa na relacje z interesariuszami oraz wyniki finansowe przedsiębiorstwa? (sob)
31. Wyjaśnij definicję języka: „system arbitralnych znaków dźwiękowych służących do przekazywania znaczenia”. W swojej odpowiedzi odnieś się osobno do pojęć: system, arbitralność oraz znaczenie. (wdj)
32. Wyjaśnij i scharakteryzuj cechy języka ludzkiego posługując się następującymi terminami: autonomiczność, produktywność, dwustopniowość, arbitralność, przekaz kulturowy. (wdj)
33. Wyjaśnij koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz ESG i wskaż główne różnice między tymi podejściami. (sob)
34. Wyjaśnij rolę stereotypów językowych i kulturowych w komunikacji oraz zaproponuj metody ich ograniczania w wielokulturowym środowisku pracy. (km)
35. Wyjaśnij różnicę między konceptualnym znaczeniem asocjacyjnym wyrazów. Każdy typ zilustruj odpowiednim przykładem. (wdj)

36. Wyjaśnij, co to jest tłumaczenie biznesowe oraz podaj trzy sytuacje typowe dla takiego tłumaczenia. Jakie role pełni dodatkowo tłumacz biznesowy? (wtpt)
37. Wyjaśnij, co to są narzędzia CAT, podaj ich funkcje oraz korzyści wynikające z ich stosowania. Jakie teksty nadają się do tłumaczenia przy pomocy narzędzi CAT, a jakie nie? (wtpt)
38. Wyjaśnij, czy kopiowanie treści ma wpływ na SEO oraz sposób oceniania strony przez wyszukiwarki internetowe. (zcec)
39. Wyjaśnij, czy na podstawie danych pochodzących z Google Analytics 4 można określić, skąd pochodzą użytkownicy odwiedzający stronę internetową. (peb)
40. Wyjaśnij, czy optymalizacja witryny pod względem prędkości ładowania ma znaczenie dla użytkownika. (zcec)
41. Wyjaśnij, czy prosty i przyjazny adres URL jest lepszy z punktu widzenia SEO, czy też forma adresu URL nie ma znaczenia. (zcec)
42. Wyjaśnij, czy struktura nagłówków na stronie internetowej ma znaczenie zarówno z punktu widzenia SEO, jak i jakości treści. (zcec)
43. Wyjaśnij, czy treść zamieszczona na stronie internetowej ma wpływ na SEO oraz widoczność witryny w wynikach wyszukiwania. (zcec)
44. Wyjaśnij, czym charakteryzuje się marketing cyfrowy na tle marketingu tradycyjnego, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości targetowania, mierzalności działań oraz efektywności kosztowej. (pmc)
45. Wyjaśnij, czym coaching różni się od innych form wsparcia (takich jak mentoring, doradztwo czy szkolenie) oraz omów, jaką postawę powinna prezentować osoba gotowa do procesu coachingowego. (cwb)
46. Wyjaśnij, czym jest content marketing oraz omów, w jaki sposób może on wpływać na konwersję i realizację celów marketingowych w e-biznesie. (pmc)
47. Wyjaśnij, czym jest ghostwriting oraz dlaczego jest on sprzeczny z prawem autorskim. (owi)
48. Wyjaśnij, czym jest konwersja w kontekście e-biznesu. (peb)
49. Wyjaśnij, do czego służy analityka internetowa. (peb)
50. Wyjaśnij, jak rozumiana jest wielojęzyczność w ujęciu tradycyjnym, a jak w ujęciu współczesnym? (ppajkj)
51. Wyjaśnij, na czym polega dozwolony użytek osobisty, oraz podaj dwa przykłady sytuacji, w których ma on zastosowanie. (owi)
52. Wyjaśnij, na czym polega marketing w wyszukiwarkach internetowych (SEM) oraz wymień i krótko scharakteryzuj jego podstawowe formy. (pmc)
53. Wyjaśnij, na czym polega plagiat ukryty oraz czy narusza on prawo autorskie, a jeśli tak – jakie prawa zostają naruszone. (owi)
54. Wyjaśnij, na czym polega skuteczna komunikacja w coachingu biznesowym, odnosząc się do takich elementów jak: aktywne słuchanie, pytania otwarte i zamknięte, komunikat „JA” oraz budowanie relacji typu *rapport*. (cwb)
55. Wyjaśnij, na czym polega tłumaczenie *a vista*, porównując je do tłumaczenia pisemnego i ustnego. Podaj przykłady jego zastosowania. (wtpt)

56. Wyjaśnij, na czym polega tłumaczenie simultaniczne oraz tłumaczenie konsekutywne, uwzględniając następujące aspekty: a. sposób i czas wykonania, b. lokalizacja, c. zasoby techniczne, d. notacja. (wtpt)
57. Wyjaśnij, na czym polega transkreacja tekstów marketingowych. (wtpt)
58. Wyjaśnij, pod jakimi warunkami pracodawca nabywa autorskie prawa majątkowe do utworu stworzonego przez pracownika. (owi)
59. Wymień co najmniej 3 przykłady lub pomysły dotyczące tego, jak sztuczna inteligencja może zwiększyć efektywność procesów biznesowych, np. automatyzując je. (smc)
60. Wymień i omów podstawowe funkcje języka ludzkiego. (ljs)
61. Zdefiniuj i omów pojęcie aktu komunikacji językowej. (ljs)
62. Zdefiniuj następujące kategorie gramatyczne i podaj po jednym przykładzie każdej: liczba, rodzaj, osoba, zgodność, czas i strona. (wdj)
63. Zdefiniuj, czym jest Google Analytics 4. (peb)

zajęcia obieralne:

64. Czy dominacja USA na świecie jest zjawiskiem pozytywnym z perspektywy amerykańskiej i nieamerykańskiej? Omów jej źródła oraz formy oddziaływania na świat po 2000 roku. (k-usa)
65. Czym różni się marketing usług od marketingu dóbr materialnych i jakie konsekwencje te różnice mają dla działań marketingowych przedsiębiorstwa? (zmu)
66. Dlaczego eksport kultury amerykańskiej odniósł globalny sukces, jakimi narzędziami oddziałuje ona dziś na świat oraz czy „amerykanizacja świata” jest zjawiskiem pozytywnym czy negatywnym? Odpowiedź uzasadnij, odwołując się do przykładów. (k-usa)
67. Dlaczego zespół tworzący rozwiązania metodą *design thinking* powinien być różnorodny? Podaj przykład składu takiego zespołu do wybranego projektu. (dtdb)
68. Jaką rolę odgrywa jakość usług i satysfakcja klienta w budowaniu przewagi konkurencyjnej organizacji usługowej? (zmu)
69. Jakie kluczowe dokumenty i wydarzenia ukształtowały amerykański model demokracji i czy może on być uznany za wzór dla innych państw? (k-usa)
70. Jakie narzędzia komunikacji marketingowej są najskuteczniejsze w sektorze usług i od czego zależy ich efektywność? (zmu)
71. Jakie są główne elementy systemu zarządzania kapitałem ludzkim i w jaki sposób wpływają one na realizację celów strategicznych organizacji? (zkl)
72. Jakie typy pytań powinny się znaleźć w wywiadzie empatycznym/pogłębionym? (dtdb)
73. Jakie znasz etapy tworzenia rozwiązań metodą *design thinking*? (dtdb)
74. Jedną z cech charakterystycznych metody *design thinking* jest jej iteracyjność/nieliniowość. Na czym ona polega? (dtdb)
75. Krótko omów multikulturowość współczesnej Austrii i Szwajcarii. (kas)
76. Krótko omów najważniejsze związki historyczne i kulturowe między Polską a Szwajcarią oraz Polską a Austrią. (kas)

77. Krótko omów udział kultury Austrii i Szwajcarii w kulturze ogólnoświatowej (ważne osobistości, twórcy, wydarzenia, miejsca). (kas)
78. Krótko scharakteryzuj gospodarkę Austrii i Szwajcarii i wymień najważniejsze gałęzie przemysłu, branże i marki. (kas)
79. Które elementy „amerykańskiego stylu życia” (American way of life) oraz „amerykańskiego marzenia” (American Dream) są dziś atrakcyjne, a które nie, dla współczesnego społeczeństwa amerykańskiego oraz dla Ciebie osobiście? Uzasadnij. (k-usa)
80. Które regiony i ośrodki miejskie USA dynamicznie się rozwijają, a które przechodzą kryzys lub głębokie przemiany? Jakie czynniki i zjawiska o tym decydują? (k-usa)
81. Na czym polega ocena efektywności pracowników i jakie metody oceny mogą być stosowane w nowoczesnych organizacjach? (zkl)
82. Omów językowe środki wyrazu wykorzystywane w reklamach oraz oceń ich efektywność w działaniach biznesowych. (kpjtjpe-b)
83. Omów marketing-mix usług (4P) i wyjaśnij znaczenie poszczególnych jego elementów. (zmu)
84. Omów nowe generacje usług i współczesnych odbiorców usług, wskazując różnice pomiędzy oczekiwaniami młodych i starszych klientów. (mu)
85. Omów prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość w ustawie z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta. (pphi)
86. Omów różnice pomiędzy UX a UI w e-commerce oraz wskaż przykłady elementów interfejsu, które wpływają na decyzje zakupowe użytkownika. (zuxe-c)
87. Opisz proces przeprowadzania testów A/B w e-commerce i wyjaśnij, jak wyniki tych testów można wykorzystać do poprawy UX i UI. (zuxe-c)
88. Przedstaw cele i etapy badania rynku firm usługowych oraz wyjaśnij, dlaczego proces ten odgrywa szczególną rolę w marketingu usług. (mu)
89. Przedstaw i przeanalizuj perswazyjność ustnych i pisemnych wypowiedzi biznesowych. (kpjtjpe-b)
90. Przedstaw metody analizy otoczenia przedsiębiorstwa usługowego. (zmu)
91. Przedstaw podstawowe zasady projektowania interfejsu użytkownika (UI) sklepu internetowego zorientowanego na konwersję i wygodę użytkownika. (zuxe-c)
92. Przedstaw proces segmentacji rynku usług oraz wyjaśnij, jak wpływa on na dobór strategii marketingowej. (zmu)
93. Przedstaw wynikające z ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta, obowiązki przedsiębiorcy w sytuacji, gdy umowa zawierana na odległość, przy użyciu środków komunikacji elektronicznej, nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty. (pphi)
94. Scharakteryzuj retorykę oraz jej chwytły stosowane w XX-wiecznej komunikacji językowej. (kpjtjpe-b)
95. W jakich obszarach aktywności przedsiębiorstwa *design thinking* jest najczęściej wykorzystywany? (dtdb)
96. Wskaż elementy koncepcji 7P w marketingu usług i szczegółowo omów rolę dowodów materialnych oraz procesu świadczenia usług. (mu)

97. Wskaż podstawę i zakres rozszerzenia ochrony konsumenckiej na niektórych przedsiębiorców w świetle przepisów ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta. (pphi)
98. Wskaż wynikające z ustawy z dnia 8 marca 2018 roku Prawo przedsiębiorców, obowiązki warunkujące wykonywanie działalności gospodarczej w handlu internetowym. (pphi)
99. Wyjaśnij pojęcia „umowa zawarta na odległość” i „umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa” w oparciu o regulacje ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta. (pphi)
100. Wyjaśnij znaczenie motywowania pracowników oraz porównaj wybrane teorie motywacji w kontekście praktyki zarządzania. (zkl)
101. Wyjaśnij, czym usługi różnią się od produktów materialnych i omów ich specyficzne cechy oraz znaczenie tych cech w działaniach marketingowych. (mu)
102. Wyjaśnij, jakie funkcje oferuje Google Optimize oraz jak można wykorzystać to narzędzie w procesie optymalizacji sklepu internetowego. (zuxe-c)
103. Wyjaśnij, na czym polega poprawność językowa jako podstawa skutecznej komunikacji biznesowej i e-biznesowej. (kpjtjpe-b)
104. Wyjaśnij, w jaki sposób narzędzia promocji i komunikacji marketingowej, w tym storytelling, mogą wspierać budowanie wartości usług i relacji z klientem. (mu)
105. Wymień po dwa przedstawicielstwa/instytucje Austrii i Szwajcarii w Polsce i Polski w Austrii i Szwajcarii i krótko omów ich rolę w stosunkach międzynarodowych. (kas)
106. Zdefiniuj pojęcie UX w kontekście e-commerce i wyjaśnij, dlaczego optymalizacja doświadczenia użytkownika ma kluczowe znaczenie dla skuteczności sklepu internetowego. (zuxe-c)

Legenda skrótów:

cwb = Coaching w biznesie

dtdb = *Design thinking* w działalności biznesowej

k-usa = Kultura USA

kas = Kultura Austrii i Szwajcarii

km = Komunikacja międzykulturowa

kpjtjpe-b = Kreatywność a poprawność językowa tekstów w języku polskim w (e-)biznesie

ljs = Lingwistyka języków specjalistycznych

mcp = Marketing cyfrowy w praktyce

mu = Marketing usług

owi = Ochrona własności intelektualnej

peb = Podstawy e-biznesu

pmc = Podstawy marketingu cyfrowego

ppajkj = Psychologiczne podstawy akwizycji języków i komunikacji językowej

pphi = Podstawy prawne w handlu internetowym

smc = Strategie marketingu cyfrowego

sob = Społeczna odpowiedzialność biznesu

wdj = Wstęp do językoznawstwa

wtpt = Wstęp do teorii i praktyki tłumaczeń

zcec = Zarządzanie contentem w e-commerce

zkl = Zarządzanie kapitałem ludzkim

zmu = Zarządzanie marketingowe usługami

zuxe-c = Zarządzanie doświadczeniem użytkownika w e-commerce

07.01.2026