

PYTANIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY INŻYNIERSKI

Kierunek: TOWAROZNAWSTWO I MARKETING ŻYWNOŚCI

CZĘŚĆ OGÓLNA

1. Omów znaczenie cech towaroznawczych surowców spożywczych w kontekście ich przydatności technologicznej.
2. Wymień i scharakteryzuj podstawowe operacje i procesy jednostkowe stosowane w przetwórstwie spożywczym.
3. Przedstaw podział metod utrwalania żywności oraz opisz zasadę działania wybranych metod.
4. Przedstaw, na czym polega różnica między tradycyjną a zrównoważoną konsumpcją żywności wg założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju Unii Europejskiej?
5. Przedstaw funkcje podsystemów logistyki: magazynowania, transportu i zarządzania informacją.
6. Podaj definicję i cele prawa żywnościowego.
7. Scharakteryzuj metody oczyszczania ścieków pochodzących z przemysłu spożywczego.
8. Na dowolnym przykładzie omów sposoby intensyfikacji przebiegu operacji mechanicznych, cieplnych lub dyfuzyjnych.
9. Wymień metody oceny fizykochemicznej produktów spożywczych i omów jedną z nich.
10. Omów wybrane właściwości fizyczne żywności i metody ich pomiaru.
11. Omów zasady i sposób prowadzenia "burzy mózgów".
12. Scharakteryzuj sprawozdanie finansowe jako źródło wiedzy o przedsiębiorstwie.
13. Wymień funkcje współczesnych opakowań żywności i omów funkcję marketingową.
14. Porównaj opakowania inteligentne z aktywnymi.
15. Omów zasady przeprowadzania analizy ryzyka w zakładzie przemysłu spożywczego.
16. Wymień i krótko opisz informacje, które obowiązkowo musi zawierać etykieta produktu spożywczego.
17. Omów znaczenie mikroorganizmów w kształtowaniu jakości i trwałości produktów spożywczych.
18. Omów zrównoważone rozwiązania w przetwórstwie żywności.
19. Omów warunki przechowywania wybranego surowca i produktu pochodzenia roślinnego.
20. Na wybranym przykładzie omów wpływ warunków przechowywania na jakość produktów pochodzenia zwierzęcego.
21. Omów reakcje zachodzące w żywności podczas jej przechowywania.
22. Omów proces produkcji konserw owocowych i warzywnych.
23. Omów proces produkcji pieczywa pszennego.
24. Wymień i omów etapy produkcji margaryn.
25. Scharakteryzuj proces produkcji wędzonek.
26. Scharakteryzuj proces produkcji kiełbas homogenizowanych.
27. Scharakteryzuj proces produkcji większości serów z wyszczególnieniem głównych etapów.
28. Omów, czym jest projektowanie produktu, jaki jest cel i korzyści projektowania produktu w kontekście strategii rozwoju produktu?
29. Wymień rodzaje innowacji wg standardów Oslo Manual i podaj przykłady każdego rodzaju innowacji.
30. Podaj różnice pomiędzy badaniami sensorycznymi typu analitycznego oraz badaniami konsumentkimi pod kątem celu badań, zadań, metod oraz wymagań dla zespołu oceniającego.

PYTANIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY INŻYNIERSKI

Kierunek: TOWAROZNAWSTWO I MARKETING ŻYWNOSCI

CZĘŚĆ KIERUNKOWA

1. Omów strategię marki stosowane przez przedsiębiorstwa.
2. Omów trzy wybrane klasyfikacje produktów mające zastosowanie w marketingu.
3. Przedstaw na czym polega strategia STP w marketingu?
4. Wymień i krótko omów cechy składowe jakości produktów spożywczych.
5. Wymień grupy substancji dodatkowych do żywności, omów jedną wybraną.
6. Omów wyróżniki oceny towaroznawczej wybranego surowca spożywczego.
7. Omów wyróżniki oceny towaroznawczej wybranego produktu spożywczego.
8. Scharakteryzuj strukturę płaską i smukłą przedsiębiorstwa.
9. Omów sposób rozwiązywania problemów w przedsiębiorstwie z wykorzystaniem poznanych technik.
10. Omów zastosowanie cyklu Deminga (PDCA) w nieustannym usprawnianiu. Wskaż, w którym miejscu cykl się zaczyna, a w którym kończy?
11. Omów na czym polega koncepcja Total Quality Management? Wymień kilku twórców, którym przypisuje się udział w jej opracowaniu.
12. Omów istotę oraz zastosowanie metod portfelowych w zarządzaniu marketingowym. Przedstaw przykład wykorzystania macierzy BCG lub GE/McKinsey w analizie portfela produktów przedsiębiorstwa.
13. Wyjaśnij znaczenie analizy sił Portera oraz analizy atrakcyjności sektora w procesie zarządzania marketingowego.
14. Przedstaw jakie czynniki psychologiczne determinują wybory rynkowe konsumenta? Omów najważniejsze z nich i podaj przykłady.
15. Omów, w jaki sposób procesy percepcji, emocji i pamięci wpływają na skuteczność odbioru przekazów reklamowych.
16. Omów klasyfikację olejów roślinnych.
17. Przedstaw, jakie cechy powinien mieć tłuszcz używany do smażenia.
18. Omów klasyfikację napojów bezalkoholowych.
19. Przedstaw definicję i metody oceny wartości wypiekowej mąki.
20. Scharakteryzuj owocowe produkty słodzone.
21. Przedstaw charakterystykę towaroznawczą produktów pomidorowych.
22. Podaj definicję mięsa w prawodawstwie Unii Europejskiej.
23. Przedstaw klasyfikację tusz zwierząt rzeźnych w Unii Europejskiej.
24. Przedstaw klasyfikację metod obróbki termicznej stosowanych do różnych produktów mięsnych. Scharakteryzuj uzyskane produkty.
25. Przedstaw klasyfikację serów.
26. Przedstaw podstawy klasyfikacji towaroznawczej koncentratów mlecznych, krótko scharakteryzuj przykładowe produktów tej grupy.
27. Podaj, co to jest marketing cyfrowy i omów jego narzędzia.
28. Omów ewolucję marketingu od marketingu 1.0 do marketingu 6.0.
29. Omów strategię rozwoju przedsiębiorstwa w układzie rynek/produkt.
30. Omów rolę strategii marki własnej (private label) w sieciach handlowych.