|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI****Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa** |  |

**ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY INŻYNIERSKI**

**w roku akademickim 2020/2021**

TOWAROZNAWSTWO

MENEDŻER PRODUKTU

studia pierwszego stopnia

stacjonarne/niestacjonarne

nabór 2017/2018

**Pula kierunkowa**

1. Obowiązki pracodawcy w zapewnieniu bezpiecznych i higienicznych warunków pracy
2. Istota i rodzaje polityki fiskalnej państwa oraz narzędzia jej realizacji
3. Definicja i rodzaje bezrobocia
4. Role, funkcje i zadania kierownicze
5. Rodzaje planów i ich znaczenie dla organizacji
6. Cele i sposoby motywowania pracowników
7. Pojęcie populacji generalnej oraz próby w ujęciu wnioskowania statystycznego
8. Informacja, wiedza, trójkąt wiedzy
9. Charakterystyka podstawowych składników żywności
10. Błonnik i gluten – charakterystyka i znaczenie w żywności i w żywieniu
11. Aminokwasy egzo i endogenne
12. Znaczenie biochemii w projektowaniu nowych produktów żywnościowych
13. Różnica między dezynfekcją a sterylizacją
14. Wpływ temperatury na przeżywalność drobnoustrojów
15. Znaczenie mikroflory psychrotrofowej w kształtowaniu jakości żywności
16. Wpływ warunków środowiska na rozwój drobnoustrojów
17. Normalizacja i normy – rola i znaczenie
18. Jakość – jak ją rozumieć i czy jest potrzebna?
19. Systemy klasyfikowania towarów i usług
20. Rodzaje kodowania towarów
21. Istota orientacji marketingowej
22. Funkcje opakowania
23. Istota komunikacji marketingowej
24. Skutki ekonomiczne i ekologiczne niedoboru wody
25. Przyczyny i skutki efektu cieplarnianego
26. Definicja, przyczyny i skutki eutrofizacji
27. Pojęcie świadomości ekologicznej
28. Metody oznaczania kwasowości produktów spożywczych
29. Refraktometria i polarymetria w analizie produktów spożywczych
30. Metody oznaczania cukrów
31. Znaczenie analizy sensorycznej w ocenie jakości towarów
32. Metody różnicowe wykorzystywane w analizie sensorycznej
33. Podstawy procesów mechanicznych (rozdrabnianie, rozdzielanie)
34. Działanie związku powierzchniowo – czynnego
35. Zastosowanie emulsji w kosmetyce
36. Modyfikacje powierzchni stosowane we współczesnych materiałach papierniczych
37. Technologie produkcji wyrobów ceramicznych i szklanych
38. Ocena towaroznawcza przypraw
39. Ocena towaroznawcza mleka spożywczego
40. Ocena towaroznawcza serów twarogowych
41. Ocena towaroznawcza mlecznych napojów fermentowanych
42. Ocena towaroznawcza wędlin
43. Zasady znakowania jaj
44. Metody utrwalania surowca rybnego
45. Kryteria klasyfikacji tworzyw sztucznych
46. Charakterystyka polimerów z odnawialnych źródeł
47. Towaroznawczy podział włókien
48. Czynniki determinujące jakość skór futerkowych i licowych
49. Opakowania inteligentne i aktywne
50. Znakowanie opakowań związane z ochroną środowiska
51. Wymagania stawiane współczesnym opakowaniom
52. Zalety pakowania produktów żywnościowych w atmosferze modyfikowanej
53. Zanieczyszczenia masy zbożowej
54. Rodzaje i typy mąk
55. Kryteria klasyfikacji pieczywa
56. Typy kulinarne ziemniaka i sposoby ich oznaczenia
57. Czynniki decydujące o wartości odżywczej owoców lub warzyw
58. Zmiany przechowalnicze w pieczywie
59. Zmiany przechowalnicze tłuszczów jadalnych
60. Procesy fizjologiczne jako czynnik kształtujący trwałość przechowalniczą surowców roślinnych

**Pula specjalnościowa**

1. Pieniężne wyniki działalności operacyjnej przedsiębiorstwa
2. Niepieniężne wyniki działalności operacyjnej
3. Metody oceny przedsięwzięć inwestycyjnych
4. Struktura materiałów inżynierskich
5. Twardość materiałów inżynierskich
6. Normy ISO serii 9000
7. Siedem zasad zarządzania jakością
8. Skuteczność i efektywność systemu zarządzania jakością
9. Przygotowanie próbek w analizie instrumentalnej
10. Wykorzystanie metod chromatograficznych w analizie żywności
11. Wykorzystanie metod spektralnych w analizie żywności
12. Znaczenie u życia produktu w strategii jego rozwoju
13. Struktura poziomów produktu rynkowego wg Levitta
14. Zalety i wady marki „parasola” w rozwoju produktu
15. Istota i metody pozycjonowania produktu
16. Marketing jako koncepcja zarządzania
17. Różnice między towarem a usługą w kontekście produktu
18. Główne narzędzia promocji
19. Przykładowe kanały dystrybucji dóbr materialnych
20. Karta podatkowa jako opodatkowania w działalności gospodarczej
21. Ryczałt od przychodów ewidencjonowanych jako forma opodatkowania w działalności gospodarczej
22. Podatek progresywny a podatek liniowy jako forma opodatkowania dochodów
23. Pojęcie zachowania konsumenta wg J. Szczepańskiego
24. Cechy współczesnego konsumenta
25. Podstawowe czynniki warunkujące zachowania konsumenta na rynku
26. Ryzyko konsumenckie, jego istota i rodzaje
27. Rodzaje auditów w systemie zarządzania jakością
28. Rodzaje procesów w systemie zarządzania jakością
29. Pojęcie akredytacji i certyfikacji w systemie oceny zgodności
30. Podstawowe elementy procesu komunikacji marketingowej
31. Ślad ekologiczny i ślad węglowy
32. Szacowanie ryzyka związanego z występowaniem zanieczyszczeń środowiskowych w żywności
33. Definicja pojęcia: produkt ekologiczny
34. Różnica między procesem i operacją jednostkową w procesie technologicznym na wybranych przykładach
35. Czynniki determinujące bezpieczeństwo i jakość produktu z technologicznego punktu widzenia.
36. Strefy higieniczne w przestrzeni produkcji.
37. Etapy projektowania nowego produktu
38. Na czym polega komercjalizacja produktów
39. Metody ilościowe i jakościowe w badaniach konsumenckich
40. Znaczenie opakowań i ich funkcje w marketingu żywności

Gdynia, dnia X września 2020 roku.