

Zagadnienia do egzaminu magisterskiego dla kierunku Zarządzanie informacją

Pakiet ogólny dla obu specjalności

1. Gospodarka oparta na wiedzy – przedstaw definicję, etapy czwartej rewolucji przemysłowej), filary gospodarki opartej na wiedzy.
2. Rynek informacji - dlaczego gromadzenie danych jest procesem strategicznym dla współczesnych firm (datafikacja, datadriven OSINT, wybrane platformy informacji gospodarczej, ewaluacja informacji).
3. Rola informacji w komunikacji społecznej i miejsce zarządzania informacją w naukach o komunikacji społecznej i mediach.
4. Ośrodki badań informacyjnych, komunikacyjnych i medioznawczych w Polsce.
5. Etapy postępowania badawczego w statystyce; na czym polega badanie próby losowej i próby reprezentatywnej.
6. Omów po dwa wybrane parametry położenia i rozproszenia.
7. Typologia zasobów informacyjnych oraz rodzaje instytucji, które zajmują się ich gromadzeniem, organizowaniem i udostępnianiem.
8. Wpływ systemów organizacji wiedzy (KOS) na organizowanie zasobów informacyjnych i sposoby wyszukiwania informacji (z podaniem przykładów).
9. Zaawansowane funkcje do przetwarzania danych i ich zastosowanie – omów i podaj przykłady.
10. Wyjaśnij pojęcia „informacja” i „rynek informacji”.
11. Podstawowe podobieństwa i różnice w tłumaczeniu tekstów literackich i informacyjnych oraz sposoby postępowania ze słownictwem specjalistycznym w tłumaczeniu tekstów naukowych.
12. Omów funkcje i rolę społeczną wizualizacji informacji.
13. Narzędzia i metody wizualizacji danych, ich zalety i wady.
14. Typy informacji wytwarzanych, gromadzonych, przetwarzanych i udostępnianych przez instytucje i organizacje w sektorze kultury/nauki - typologia i omówienie.
15. Sposoby gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i udostępniania informacji w instytucjach i organizacjach w sektorze kultury/nauki.
16. Etyka ogólna a etyka zawodowa – relacje w kontekście informacji i zasobów danych, dezinformacja, deepfake, ochrona danych (RODO).
17. Omów podstawowe metody badań marketingowych.
18. Procedura dostępu do informacji publicznej.
19. Jaką rolę w transferze wiedzy do biznesu mogą spełniać uczelnie?
20. Co to są potrzeby innowacyjne przedsiębiorstw?
21. Czym jest ‘humanistyka cyfrowa’, jakie są jej źródła i jakie dziedziny i dyscypliny nauki integruje?
22. Przedstaw i omów dwa wybrane projekty z zakresu humanistyki cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem, jakie formaty i typy danych są przetwarzane w ich ramach.

Dodatkowy pakiet dla specjalizacji Analityka danych

1. Typologia systemów zarządzania informacją i przykłady sieciowych baz danych.
2. Typologia i uwarunkowania potrzeb oraz zachowań informacyjnych.
3. Metody badań użytkowników informacji.
4. Technologia Big Data – pojęcie, przykłady wykorzystania, korzyści i niebezpieczeństwa związane z Big Data.
5. Źródła oraz narzędzia do pozyskiwania dużych zasobów danych, przykłady najpowszechniejszych technologii śledzących.
6. Jakie są cele ewaluacji jakości działalności naukowej? Jakie elementy działalności naukowej podawane są ocenie?
7. Kto i w jaki sposób przeprowadza ewaluację jednostek naukowych w Polsce?
8. Analiza danych – pojęcie, zastosowanie, kryteria doboru źródeł danych.
9. Omów rolę oraz podstawowe narzędzia wizualizacji w analizie danych.
10. Czym jest wartość informacji? – Podaj przykład informacji o wysokiej wartości przedstawionej w formie wizualnej w przestrzeni publicznej.

Dodatkowy pakiet dla specjalizacji Cyfrowe dziedzictwo kultury

1. Cyfrowe dziedzictwo kultury – pojęcie, problemy i wyzwania związane z udostępnianiem i archiwizacją.
2. Kolekcje specjalne w instytucjach GLAM i ich dostępność w Internecie.
3. Typologia zasobów cyfrowych instytucji GLAM.
4. Rodzaje i formaty metadanych stosowanych w opisie zasobów cyfrowych instytucji GLAM.
5. Nowe praktyki uczestnictwa w kulturze oraz nowe technologie wykorzystywane w ich ramach.
6. Twórczość fanowska: twórcy, odbiorcy, kultura prosumpcji.
7. Fandom – historia, charakterystyka, wpływ na kulturę współczesną.
8. Cyfrowy rynek sztuki (twórcy, narzędzia ekspresji artystycznej, przykłady wirtualnych dzieł sztuki i kanały dystrybucji).
9. Kultura cyfrowa – geneza, definicje, cechy.
10. Rola mediów społecznościowych w promocji kultury cyfrowej.