

PYTANIA NA EGZAMINY DYPLOMOWE – licencjackie
przedmioty podstawowe i kierunkowe – na kierunku Zarządzanie

1. Determinanty popytu i podaży
2. Elastyczność cenowa i dochodowa popytu
3. Formy konkurencji
4. Korzyści skali
5. Cykl życia produktu
6. Efekty zewnętrzne
7. Produkt krajowy brutto a dobrobyt społeczny
8. System zarządzania jakością
9. Koncepcja TQM
10. Zintegrowane systemy zarządzania
11. Zadania informatyki w zarządzaniu
12. Cele i funkcje zarządzania
13. Zarządzanie podstawowymi elementami organizacji, tj. ludźmi, technologiami i procesami
14. Informacja i komunikacja w zarządzaniu
15. Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny
16. Istota pracy kierowniczej
17. Rodzaje i typy organizacji
18. Formy prawno-organizacyjne i własnościowe organizacji
19. Społeczna odpowiedzialność organizacji
20. Zasoby i majątek organizacji
21. Współczesne koncepcje i metody zarządzania i tendencje rozwojowe organizacji
22. Formalne i nieformalne grupy w organizacji oraz dysfunkcje w pracy grupowej
23. Źródła i przejawy władzy w organizacji
24. Pojęcie kultury organizacji i wielokulturowość organizacyjna
25. Kierowanie zmianami w organizacji i metody przewycięzania oporu wobec zmian
26. Podstawowe cele zarządzania zasobami ludzkimi
27. Strategia personalna i jej rodzaje
28. Podstawowe składniki modelu strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi
29. Etapy procedury doboru kadr. Wymień podstawowe narzędzia selekcji
30. Elementy systemu wynagrodzeń w firmie
31. Strukturalny podział projektu

32. Podstawowe mierniki oceny produktu – wskaźnik produktu, rezultatu, oddziaływania
33. Metoda harmonogramowania PERT – zasady i możliwości zastosowania
34. Macierz logiczna jako narzędzie planowania w zarządzaniu projektami
35. Marketing i jego rola w przedsiębiorstwie
36. Elementy marketingu mix
37. Strategie marketingowe przedsiębiorstw
38. Segmentacja rynku i jej znaczenie
39. System informacji marketingowej
40. Badania marketingowe – ich zakres i znaczenia
41. Źródła informacji w badaniach marketingowych
42. Obserwacja, wywiad i ankieta w badaniach marketingowych
43. Etapy procesu badawczego w badaniach marketingowych
44. Metody ustalania wyniku finansowego przedsiębiorstwa
45. Płynność finansowa przedsiębiorstwa
46. Cele i sposoby zarządzania finansami przedsiębiorstwa
47. Podatki bezpośrednie i pośrednie
48. Podstawowe instrumenty statystyki opisowej i obszary ich zastosowania w zarządzaniu
49. Środki zarządzania zrównoważonym rozwojem
50. Instrumenty zarządzania ekologicznego w przedsiębiorstwie

Zarządzanie organizacjami – licencjat

1. Specyfika i charakterystyka organizacji non profit
2. Specyfika i uwarunkowania stosowania marketingu w organizacjach non profit
3. Finansowanie działalności organizacji non profit
4. Cechy charakterystyczne wyróżniające wiedzę od pozostałych zasobów organizacji
5. Obieg i tworzenie wiedzy w przedsiębiorstwie
6. Pojęcie i klasyfikacja otoczenia przedsiębiorstwa
7. Rodzaje i funkcje planów w zarządzaniu przedsiębiorstwem
8. Realizacja działalności kontrolnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem
9. Aparat administracyjny samorządu terytorialnego – zadania i struktura
10. Kompetencje organów wykonawczych jednostek samorządowych
11. Działalność gospodarcza jednostek samorządu terytorialnego
12. Zmiana jako element rozwoju organizacji

13. Zawartość studium feasibility
14. Wpływ inwestycji na środowisko naturalne
15. Metody finansowej i ekonomicznej oceny projektów inwestycyjnych
16. Cechy charakterystyczne usług i specyfika zarządzania nimi
17. Usługa jako produkt – jakość, niezawodność, konkurencja
18. Znaczenie i rola sektora usług dla gospodarki
19. Sytuacja decyzyjna i jej struktura
20. Postrzeganie i opis problemu decyzyjnego w warunkach ryzyka i niepewności
21. Etapy procesu twórczego rozwiązywania problemów decyzyjnych oraz ogólne zasady heurystyczne
22. Struktura biznesplanu
23. System podatkowy w Polsce
24. Podatki bezpośrednie i pośrednie oraz ich rola w gospodarce
25. Rodzaje sytuacji komunikacyjnych i elementy procesu komunikacji

Pytania na egzamin dyplomowy ze specjalności Zarządzanie marketingiem przedsiębiorstwa

1. Współczesny marketing – pojęcie, istota i funkcje.
2. Orientacje rynkowe przedsiębiorstw i ich uwarunkowania.
3. System informacji marketingowej
4. Strategia produktu, jej zakres i kształtowanie.
5. Polityka cenowa przedsiębiorstwa i jej uwarunkowania.
6. Dystrybucja jako element marketingu – mix.
7. Zarządzanie logistyką w przedsiębiorstwie oraz jej znaczenie marketingowe i ekonomiczne.
8. Istota i narzędzia polityki promocyjnej przedsiębiorstwa.
9. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa – metody, techniki i narzędzia Public Relations; zarządzanie marką.
10. Badania marketingowe – cel, istota, przedmiot i rodzaje.
11. Projekt badań marketingowych i jego struktura.
12. Metody i techniki badań marketingowych.
13. Segmentacja rynku oraz wybór rynku docelowego.
14. Strategie konkurencyjne przedsiębiorstw.
15. Internet w działalności rynkowej przedsiębiorstw.
16. Zarządzanie marketingowe – pojęcie, istota, funkcje.
17. Kształtowanie strategii marketingowej przedsiębiorstwa – elementy procesu.

18. Plan marketingowy przedsiębiorstwa - jego zakres, struktura oraz zasady opracowania.
19. Otoczenie makroekonomiczne przedsiębiorstwa (PEST).
20. Otoczenie mikroekonomiczne (rynkowe) przedsiębiorstwa.
21. Obserwacja, wywiad i ankieta w badaniach marketingowych
22. Metody analizy portfelowej oraz ich zastosowanie (BCG i A.D. Little, GE i Mc. Kinsey).
23. Etapy procesu badawczego w badaniach marketingowych
24. Globalizacja – pojęcie, istota i znaczenie w działalności rynkowej przedsiębiorstw.
25. Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstw – pojęcie i fazy.

Zarządzanie zasobami ludzkimi

1. Metody rekrutacji pracowników
2. Etapy i metody selekcji pracowników
3. Metody planowania rozwoju pracowników
4. Rola i funkcje kierownicze
5. Style kierowania
6. Kierowanie ludźmi w warunkach napięć i konfliktów
7. Sposoby zawierania i rozwiązywania umów o pracę
8. Instytucje rynku pracy
9. Płacowe i poza płacowe instrumenty motywowania pracowników
10. Zasady i funkcje instrumenty wynagradzania pracowników
11. Formy wynagradzania
12. Polityka społeczna w organizacji i jej cele
13. Konflikty w pracy, ich rodzaje, przyczyny, metody zapobiegania i rozwiązywania
14. Rynek pracy: pojęcie, struktura i otoczenie
15. Demograficzne i społeczno-ekonomiczne uwarunkowania sytuacji rynku pracy
16. Polityka rynku pracy: cele, podmioty i źródła finansowania
17. Zadania państwa w zakresie promocji zatrudnienia, łagodzenia skutków bezrobocia oraz aktywizacji zawodowej
18. Metody wartościowania pracy
19. Etapy wartościowania pracy
20. Istota i prawo ubezpieczeń społecznych
21. Świadczenia ubezpieczeń społecznych
22. Sytuacja decyzyjna i jej struktura

23. Postrzeganie i opis problemu decyzyjnego w warunkach ryzyka i niepewności
24. Etapy procesu twórczego rozwiązywania problemów decyzyjnych oraz ogólne zasady heurystyczne
25. Rodzaje sytuacji komunikacyjnych i elementy procesu komunikacji

Ekonomia menedżerska

1. Główne założenia analizy marginalnej
2. Główne elementy makrooczenia ekonomicznego firmy
3. Cechy przedsiębiorstw warunkujące ich rozwój i ekspansję
4. Główne cechy prognoz strategicznych
5. Założenia modelu ekonomicznego przedsiębiorstwa
6. Istota i korzyści partnerstwa publiczno-prywatnego
7. Istotę konfliktu celów w ujęciu makroekonomicznym
8. Metody racjonalizacji wydatków publicznych
9. Pojęcie programowania budżetowego i metody budżetowania
10. Kryteria stosowane przy odróżnieniu dobra publicznego od prywatnego
11. Rola państwa we współczesnej gospodarce
12. Instrumenty polityki gospodarczej
13. Wpływ procesu integracji na politykę gospodarczą
14. Zawartość studium feasibility
15. Źródła finansowania inwestycji
16. Metody finansowej i ekonomicznej oceny projektów inwestycyjnych
17. Wpływ inwestycji na środowisko naturalne
18. Sytuacja decyzyjna i jej struktura
19. Zasady podejmowania racjonalnych decyzji w warunkach pewności
20. Postrzeganie i opis problemu decyzyjnego w warunkach ryzyka i niepewności
21. Etapy procesu twórczego rozwiązywania problemów decyzyjnych oraz ogólne zasady heurystyczne
22. Rodzaje sytuacji komunikacyjnych i elementy procesu komunikacji
23. Komunikacja interpersonalna w organizacji
24. Strategie i style negocjacji
25. Radzenie sobie w trudnych sytuacjach negocjacyjnych

Zarządzanie projektami

1. Fundusze Europejskie i ich specyfika
2. Opisz system zarządzania FS w Polsce w okresie 2007-2014
3. Wskaż cel i konstrukcję 7 programu Ramowego Badań i Nauki UE
4. Statut projektu, jego struktura i rola w planowaniu projektu
5. Struktura podziału pracy i jego rola w planowaniu projektu
6. Sposoby/techniki określania czasu trwania projektu
7. Wykres Ganta i jego rola w projekcie
8. Krzywa bólu (narysować)
9. Co to jest projekt i jakie są jego główne cechy
10. Co to jest zarządzanie projektami i wymień style zarządzania projektami
11. Zasoby w projekcie i ich potencjalna rola
12. Ryzyko w projekcie i zarządzanie ryzykiem
13. Menadżer projektu i jego cechy
14. Podstawowy program ICT do zarządzania projektami i jego funkcjonalność
15. Różnica pomiędzy projektem finansowanym środków prywatnych a „unijnych”
16. Zasada konkurencyjności w projektach unijnych
17. Monitorowanie i narzędzia/techniki monitorowania projektu
18. Zamykanie projektu i jego rola dla organizacji
19. Czy ustalenia inwestycyjne wynikające z miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego mogą/nie mogą być zaskarżane w trybie administracyjnym (do wyższej instancji administracyjnej – powiatu, województwa, ministerstwa) i dlaczego?
20. Jaki dokument prawny jest wymagany dla rozpoczęcia działań inwestycyjnych w przypadku braku miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego dla terenu, na którym przewidujemy realizację inwestycji budowlanej i kto może o taki dokument wystąpić?
21. Który z wymienionych uczestników procesu budowlanego (inwestor, projektant, inspektor nadzoru inwestycyjnego, kierownik budowy) jako jedyny jest stroną w postępowaniu w sprawie pozwolenia na budowę i z jakiej ustawy to wynika?
22. Którzy uczestnicy procesu inwestycyjnego (inwestor lub/i inwestor zastępczy, inspektor nadzoru inwestorskiego, projektant, kierownik budowy, kierownik robót) sprawują samodzielne funkcje techniczne w budownictwie i w związku z powyższym muszą legitymować się decyzją „uprawnienia budowlane”?
23. Kompetencje kierownika zespołu projektowego
24. Rola komunikacji w zespole projektowym

25. Charakterystyka dokumentu " Plan kierowania projektem"

26. Wady i zalety pracy w zespole projektowym