

## Kierunek Zarządzanie

### Pytania ogólne na egzamin dyplomowy - licencjat

1. Rzadkość dóbr jako podstawa wyborów ekonomicznych.
2. Rynek, struktura rynków i model gospodarki rynkowej.
3. Praktyki monopolistyczne i ich ograniczenie prawne.
4. Podział instrumentów motywowania.
5. Wynagrodzenia jako środek motywowania: struktura, funkcje, formy i systemy.
6. Najważniejsze różnice między systemem informacyjnym i systemem informatycznym.
7. Wpływ nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych na współczesną gospodarkę.
8. Założenia koncepcji kompleksowego zarządzania jakością (TQM).
9. Otoczenie marketingowe firmy: elementy składowe i znaczenie.
10. Marketing-mix: koncepcje 4P.
11. Funkcje przedsiębiorcy w gospodarce.
12. Funkcje i struktura biznes planu.
13. Rola analizy finansowej w przedsiębiorstwie.
14. Wskaźniki rentowności jako źródła informacji zarządczych.
15. Kapitał w przedsiębiorstwie i jego struktura.
16. Istota i znaczenie pozytywnego efektu dźwigni finansowej.
17. Metody oceny rentowności inwestycji jako źródła informacji.
18. Majątek i kapitały przedsiębiorstwa.
19. Bilans i rachunek zysków i strat w przedsiębiorstwie.
20. Inwestowanie kapitału przedsiębiorstwa – inwestycje rzeczowe i pieniężne.
21. Funkcje finansów publicznych.
22. Wizja i misja firmy.
23. Podstawowe źródła prawa.
24. Przedsiębiorstwo, przedsiębiorca, przedsiębiorczość – wyjaśnij pojęcia.
25. Istota i funkcje zarządzania.
26. Analiza SWOT.
27. Co to jest bilans przedsiębiorstwa i wymień jego elementy.

28. Co to jest rachunek zysków i strat i przedstaw jego konstrukcję.
29. Omów księgę przychodów i rozchodów.
30. Co należy rozumieć przez płynność przedsiębiorstwa.
31. Wyjaśnij pojęcie dźwigni finansowej.
32. Omów piramidę potrzeb Maslowa.
33. Wykorzystanie statystyki w naukach o zarządzaniu.
34. Koncepcje zarządzania według literatury przedmiotu.
35. Charakterystyka otoczenia przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej.

## Kierunek Zarządzanie

### Pytania ogólne na egzamin dyplomowy – magister.

1. Konkurencja i współpraca na rynkach niedoskonale konkurencyjnych.
2. Źródła władzy menedżera i ich charakterystyka.
3. Rodzaje zmian w organizacji i techniki zarządzania zmianą.
4. Kultura organizacyjna jako podstawa kształtowania zachowań pracowników i menedżerów.
5. Etyka zachowań w organizacji.
6. Style kierowania.
7. Podstawowe parametry i rodzaje projektów.
8. Metody zarządzania projektami.
9. Metody, techniki i narzędzia rekrutacji i selekcji pracowników.
10. Wpływ nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych na współczesną gospodarkę.
11. Istota koncepcji kompleksowego zarządzania jakością (TQM).
12. Zarządzanie jakością według norm ISO.
13. Marketing-mix: koncepcje 4P i 4C.
14. Demograficzne cechy nabywców i ich wpływ na decyzje zakupowe.
15. Segmentacja rynku: cele i przebieg procesu oraz kryteria podziału nabywców na segmenty.
16. Pozycjonowanie marki: pojęcie i sposoby pozycjonowania.
17. Fazy w cyklu życia produktu i ich charakterystyka.
18. Funkcje i znaczenie marki w działalności rynkowej.
19. Czynniki wpływające na wysokość cen ustalanych w przedsiębiorstwie.
20. Proces planowania badań marketingowych: zasadnicze etapy.
21. Metody doboru próby w badaniach ilościowych.
22. Analiza sytuacji ekonomiczno-finansowej firmy na potrzeby instytucji finansowych.
23. Analizy portfolio: zastosowania, konstrukcja, odmiany i kryteria oceny przedsięwzięć.
24. Funkcje przedsiębiorcy w gospodarce rynkowej.
25. Funkcje i struktura biznes planu.

26. Rola analizy finansowej w przedsiębiorstwie.
27. Analiza prognozy rentowności i analiza dźwigni operacyjnej jako źródła informacji zarządczych.
28. Związek kosztu kapitału w przedsiębiorstwie ze strukturą jego finansowania.
29. Istota i znaczenie pozytywnego efektu dźwigni finansowej.
30. Metody oceny rentowności inwestycji jako źródła informacji.
31. Majątek i kapitały przedsiębiorstwa.
32. Bilans i rachunek zysków i strat w przedsiębiorstwie.
33. Inwestowanie kapitału przedsiębiorstwa.
34. Zastosowanie metod ekonomicznych i statystycznych w naukach o zarządzaniu.
35. Rola państwa w kreowaniu postaw przedsiębiorczych.