

Zagadnienia do egzaminu dyplomowego
na kierunku Zarządzanie - I stopień

Obowiązuje od 25.05.2020

1. Pojęcie, istota i cele przedsiębiorstwa
2. Formy organizacyjno-prawne podmiotów gospodarczych i ich przekształcenia
3. Zasoby przedsiębiorstwa
4. Planowanie w organizacji, rodzaje planów
5. Plan biznesu i planowanie operacyjne
6. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa - zasady analizy i budowy
7. Typy struktur organizacyjnych
8. System oceny działalności przedsiębiorstwa - analiza kosztów i wyników
9. Współpraca przedsiębiorstw. Formy kapitałowe i niekapitałowe współpracy przedsiębiorstw
10. Globalizacja przedsiębiorstw – szanse i zagrożenia
11. Pojęcie projektu – rola projektów w zarządzaniu organizacją
12. Struktura zespołu projektowego
13. Wykres Gantta
14. Diagram EPC (Event-driven process chain) w zarządzaniu procesami
15. Narzędzia wspomagające efektywną alokację zasobów w projekcie
16. Budżet projektu
17. Metoda CPM (ścieżki krytycznej)
18. Czynniki ryzyka w projekcie
19. Role w zespole wg. M. Belbina
20. Przywództwo w realizacji projektu
21. Definicja logistyki, procesowe ujęcie logistyki, zasada zarządzania logistycznego wyrażona w 7W
22. Logistyczna obsługa klienta - definicje i ujęcia, elementy logistycznej obsługi klienta
23. Outsourcing jako koncepcja zarządzania
24. Bariery we wprowadzaniu zmian organizacyjnych
25. Teorie zmian organizacyjnych

26. Tendencje w rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa
27. Istota i definicje kultury organizacyjnej
28. Tożsamość organizacji wg. Strategora
29. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu
30. Etyka w biznesie, istota kodeksów etycznych
31. Kompozycja narzędzi marketingowych (marketing mix)
32. Techniki badań marketingowych
33. Zachowanie się klienta w procesie podejmowania decyzji zakupu wg. Ph. Kotlera
34. Proces segmentacji rynku wg. Ph. Kotlera
35. Cykl życia produktu i strategie marketingowe w poszczególnych fazach cyklu życia
36. Narzędzia komunikacji marketingowej (promotion mix)
37. Funkcje kanałów dystrybucji wg. Przybyłowskiego, Hartleya, Kerina i Rudeliusa
38. Narzędzia komunikacji marketingowej w Internecie
39. Koncepcja zarządzania relacjami z klientami (CRM), programy lojalnościowe
40. Pojęcie rynku w ujęciu marketingowym
41. Strategie marketingowe penetracji rynku wg. Ph. Kotlera
42. Strategie marki
43. Podstawowe strategie negocjacyjne – Harvardzki Projekt Negocjacyjny
44. Definicja innowacji według J.A. Schumpetera oraz Podręcznika Oslo
45. Rodzaje innowacji według Podręcznika Oslo 2005 i 2018
46. Innowacyjne przedsiębiorstwo
47. Fazy procesu innowacyjnego
48. Finansowanie innowacji
49. Proces zarządzania zasobami ludzkimi
50. Metody rekrutacji i selekcji pracowników
51. Analiza 5 sił Portera
52. Wykorzystanie analizy SWOT w ocenie przedsiębiorstwa
53. Wykorzystanie prognozy rentowności w ocenie przedsięwzięcia
54. Przedsiębiorstwo jako podmiot gospodarki rynkowej
55. Konkurencyjność przedsiębiorstwa i gospodarki
56. Współczesne metody zarządzania przedsiębiorstwem