

**Zagadnienia stanowiące podstawę przeprowadzenia egzaminu I stopnia
na kierunku „Zarządzanie”**

08.05.2013r.

1. Pojęcie, istota i cele przedsiębiorstwa
2. Formy organizacyjno-prawne podmiotów gospodarczych i ich przekształcenia
3. Zasoby przedsiębiorstwa
4. Planowanie w przedsiębiorstwie
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 przedsiębiorstwa
11. Struktura podziału pracy projektu
12. Struktura zespołu projektowego
13. Wykres Gantta
14. Zasoby niezbędne do realizacji projektu
15. Narzędzia wspomagające efektywną alokację zasobów w projekcie
16. Budżet projektu
17. Metoda CPM (ścieżki krytycznej)
18. Czynniki ryzyka w projekcie
19. Karta pomiaru ryzyka w projekcie
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
29. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu
30. Etyka w biznesie, istota kodeksów etycznych
31. Etyczne dylematy marketingu
32. Techniki badań marketingowych
33. Zachowanie się klienta w procesie podejmowania decyzji zakupu
34. Proces segmentacji rynku
35. Cykl życia produktu i strategie marketingowe w poszczególnych fazach cyklu życia
36. Narzędzia komunikacji marketingowej
37. Funkcje kanałów dystrybucji
38. Narzędzia komunikacji marketingowej w Internecie
39. Programy lojalnościowe i koncepcja CRM
40. Pojęcie rynku w ujęciu marketingowym
41. Strategie marketingowe
42. Strategie marki
43. Koncepcja marketingu mix
44. Orientacja marketingowa przedsiębiorstwa
45. Negocjacje
46. Definicja, pojęcie innowacji
47. Rodzaje innowacji
48. Innowacyjne przedsiębiorstwo
49. Proces innowacyjny
50. Zarządzanie innowacjami – definicje