

Zagadnienia do egzaminu magisterskiego
kierunek Zarządzanie
studia magisterskie (II stopnia)

Zarządzanie strategiczne

1. Zarządzanie a kierowanie
2. Konteksty tworzenia strategii – globalny i lokalny kontekst strategii, uwarunkowania kulturowe
3. Metody analizy strategicznej otoczenia dalszego i bliskiego organizacji
4. Strategie na poziomie korporacji, strategie międzynarodowe
5. Strategie kooperacji i tworzenia wartości dodanej
6. Strategie biznesowe, modele biznesu
7. Koncepcje organizacji uczącej się, inteligentnej, wirtualnej i sieciowej
8. Wizja, misja i cele strategiczne organizacji
9. Nowoczesne koncepcje i narzędzia wdrażania strategii
10. Koncepcja zarządzania strategicznego w regionie
11. Podstawy kształtowania strategii w organizacjach publicznych
12. Współczesne orientacje i koncepcje zarządzania
13. Teorie zmian organizacyjnych
14. Teorie motywacji
15. Kultura organizacyjna (definicja, istota, typy), tożsamość organizacji
16. Wyzwania współczesnego przywództwa
17. Zarządzanie wiedzą
18. Zarządzanie ryzykiem

Przedsiębiorczość i marketing:

1. Pojęcie przedsiębiorczości, typy przedsiębiorczości, podstawy przedsiębiorczości
2. Przedsiębiorca, menadżer, przedsiębiorczość marketingowa, przedsiębiorczość wewnętrzna, przedsiębiorczość zewnętrzna. Cechy przedsiębiorczej osoby
3. Istota i fazy procesu zarządzania poprzez wartości
4. Infrastruktura wspierająca przedsiębiorczość.
5. Definicja i wymiary orientacji marketingowej przedsiębiorstwa
6. Metody i techniki badań marketingowych
7. Koncepcja CRM, istota, zalety, wady
8. Instrumenty marketingowe na rynku międzynarodowym
9. Marketing wirtualny – kontekst międzynarodowy
10. Międzynarodowy marketing wystawienniczy
11. Istota i rola głównych wartości dla zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem

Zarządzanie innowacjami i projektem:

1. Pojęcie projektu
2. Założenia zarządzania projektem
3. Istota innowacji w przedsiębiorstwie i regionie
4. Podstawy polityki innowacyjnej
5. Instrumenty i kierunki działań polityki innowacyjnej państwa
6. Uwarunkowania i regulacje prawne działalności innowacyjnej
7. Systemy wspierania innowacji w krajach Unii Europejskiej
8. Diagnoza i ocena potrzeb innowacyjnych – metoda audytu technologicznego
9. Trendy technologiczne. Narzędzia i metody prognozowania
10. Benchmarking jako metoda rozwijania innowacyjności
11. Rodzaje strategii innowacyjnych w przedsiębiorstwach
12. Proces tworzenia regionalnych strategii innowacji według metodologii UE