

**Zagadnienia do egzaminu dyplomowego  
na kierunku Zarządzanie - I stopień**

Obowiązuje od 20.07.2022

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

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