

Lista pytań egzaminacyjnych

Egzamin dyplomowy **na studiach II stopnia**

(stacjonarne i niestacjonarne)

kierunek: Zarządzanie

1. Struktura i funkcje biznes planu.
2. Pojęcie i klasyfikacja kosztów działalności przedsiębiorstwa.
3. Główne cele negocjacji.
4. Metody i narzędzia wdrażania strategii.
5. Procesy logistyczne a procedury logistyczne: istota i różnice.
6. Prawne i etyczne ograniczenia dotyczące reklamy.
7. Istota i główne elementy koncepcji zarządzania wiedzą.
8. Porównanie spółek osobowych i kapitałowych.
9. Pojęcie i znaczenie misji w przedsiębiorstwie.
10. Istota społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
11. Interesariusze w koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
12. Istota związków między koncepcjami zarządzania.
13. Orientacja na procesy we współczesnych koncepcjach zarządzania.
14. Wskaż i porównaj główne koncepcje zarządzania zmianą.
15. Podejście systemowe i orientacja na klienta w zarządzaniu procesami.
16. Kiedy nie należy podejmować negocjacji?
17. Zasadnicze rodzaje patologii w życiu gospodarczym.
18. Istota i podstawowe systemy rachunku kosztów.
19. Czynniki kształtujące politykę cen w marketingu międzynarodowym.
20. Korupcja i jej negatywne skutki dla gospodarki.
21. Rola strategii rozwoju we współczesnym przedsiębiorstwie.
22. Przyczyny, przebieg i skutki zjawiska mody w implementacji koncepcji zarządzania.
23. Zakres i metody analizy strategicznej.
24. Rodzaje strategii rozwoju przedsiębiorstw.
25. Istota, cele i rodzaje logistyki.
26. Omów funkcje i rodzaje kanałów dystrybucji w marketingu międzynarodowym.
27. Źródła pomysłów na własny biznes.
28. Wymień i omów rodzaje inflacji ze względu na przyczynę występowania.
29. Etapy zarządzania procesami.

30. Koncepcje, metody i narzędzia zarządzania logistycznego.
31. Sytuacja prawna komandytariusza w spółce komandytowej.
32. Łańcuch logistyczny a sieć logistyczna – istota i różnice.
33. Istota i klasyfikacja procesów gospodarczych.
34. Rola rachunkowości zarządczej w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa.
35. Istota podejścia procesowego w zarządzaniu.
36. Wyjaśnij i poprzyj przykładami istotę ewolucji koncepcji zarządzania.
37. Bariery przedsiębiorczości w Polsce.
38. Zalety i wady franszyzy.
39. Strategie produktu stosowane w marketingu międzynarodowym.
40. Przyczyny, sposoby i korzyści doskonalenia procesów logistycznych.
41. Istota logistycznej obsługi klienta.
42. Jakie warunki muszą być spełnione, aby negocjacje przyniosły pożądany rezultat?
43. Wskaż elementy kulturowe w wybranych koncepcjach zarządzania i objaśnij ich znaczenie.
44. Ofertowy tryb zawierania umów.
45. Proces zarządzania strategicznego: etapy i ich kolejność.
46. Wpływ czynników kulturowych na komunikację marketingową na rynku międzynarodowym.
47. Jakie cechy nadawcy przekazu wpływają na skuteczność jego oddziaływania?
48. Instytucje wspierające małe przedsiębiorstwa.
49. Formy organizacji procesowej oraz ich zalety i wady.
50. Metody i narzędzia zarządzania nakierowane na ciągłe doskonalenie.
51. Istota organizacji wirtualnej.
52. Outsourcing i warunki jego stosowania.
53. Funkcje i cechy przywódcy.
54. Sieci międzyorganizacyjne w biznesie: istota i rodzaje.
55. Rozwój zewnętrzny przedsiębiorstwa: istota i formy.
56. Lean Management jako koncepcja zarządzania.
57. Niestandardowe formy zatrudnienia: istota i uwarunkowania zastosowań.
58. Efekt kraju pochodzenia w marketingu międzynarodowym.
59. Na ile firma powinna dostosowywać program marketingowy do różnych rynków zagranicznych?
60. Strategie marki w marketingu międzynarodowym.
61. Strategia marketingowa i etapy jej tworzenia.

62. Strategiczne i operacyjne decyzje marketingowe w przedsiębiorstwie.
63. Problem badawczy w naukach o zarządzaniu: istota, rodzaje i przykłady.
64. Proces badawczy: istota i etapy.
65. Metody ilościowe a metody jakościowe w badaniach naukowych z zakresu zarządzania:
istota i różnice między nimi.
66. Koncepcja łańcucha wartości w logistyce i zarządzaniu procesami.
67. Struktura systemów informacji marketingowej: ujęcie funkcyjne i przedmiotowe.
68. Rola baz danych o klientach w systemie informacji marketingowej.
69. Zalety i wady posiadania własnej firmy.
70. Pożądane cechy strategii.