

## KIERUNEK: ZARZĄDZANIE ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY LICENCJACKI

**Studia stacjonarne i niestacjonarne I stopnia realizowane według planu studiów nr VII  
obowiązującego od roku akademickiego 2015/2016**

<b>PODSTAWY ZARZĄDZANIA</b>	
1.	Organizacja jako system i podmiot zarządzania
2.	Umiejętności i role menadżera, style kierowania, komunikacja w zarządzaniu
3.	Proces zarządzania, w tym proces podejmowania decyzji
<b>NAUKA O ORGANIZACJI</b>	
4.	Podstawowe pojęcia związane z organizacją
5.	Cykl życia organizacji
6.	Prawno-organizacyjne i własnościowe formy organizacji
<b>MIKROEKONOMIA</b>	
7.	Rynek – pojęcia i zależności
8.	Pieniądz i system bankowy
9.	Przedsiębiorstwo – kategorie systemu ekonomiczno-finansowego
10.	Modele rynku i odpowiadające im formy konkurencji
<b>FINANSE</b>	
11.	Finanse publiczne
12.	System budżetowy
13.	System podatkowy
<b>PRAWO</b>	
14.	Proces tworzenia prawa.
15.	Normy postępowania i normy prawne.
16.	Akty normatywne i ich rodzaje.
<b>STATYSTYKA OPISOWA</b>	
17.	Analiza danych statystycznych (miary przeciętne, miary rozproszenia itp.)
18.	Bank Danych Lokalnych
<b>RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA</b>	
19.	Istota i zakres sprawozdania finansowego
20.	Klasyfikacja kosztów
21.	Zasady prowadzenia ksiąg rachunkowych
<b>ZARZĄDZANIE FINANSAMI PRZEDSIĘBIORSTWA</b>	
22.	Istota zarządzania finansami przedsiębiorstwa
23.	Formy prawne i formy opodatkowania przedsiębiorstwa
24.	Analiza finansowa

<b>ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI</b>	
25.	Definiowanie projektu, cykl życia projektu i metody harmonogramowania
26.	Metodyki zarządzania projektami
27.	Struktura zarządzania projektem i komunikacja w projekcie
<b>ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI</b>	
28.	Obszary zarządzania zasobami ludzkimi
<b>ZACHOWANIA ORGANIZACYJNE</b>	
29.	Kultura organizacyjna
30.	System motywacyjny
31.	Komunikacja interpersonalna
<b>ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ</b>	
32.	Metody i narzędzia zarządzania jakością
33.	Total Quality Management
<b>SPOŁECZEŃSTWO INFORMACYJNE</b>	
34.	Rozwój społeczeństwa informacyjnego
<b>MARKETING</b>	
35.	Pojęcie i rozwój marketingu
36.	Uwarunkowania zachowań konsumentów i etapy procesu zakupu
37.	Segmentacja rynku i pozycjonowanie produktu
38.	Produkt i proces jego rozwoju
<b>BADANIA MARKETINGOWE</b>	
39.	Rola badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem
40.	Przykładowe źródła wtórne wewnętrzne i zewnętrzne
41.	Zasady budowy kwestionariusza
42.	Podstawowe metody analizy danych w badaniach marketingowych
<b>INNOWACJA I KONKURENCYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTWA</b>	
43.	Istota i znaczenie innowacyjności i konkurencyjności w organizacji
44.	Aspekty organizacyjne działalności innowacyjnej
45.	Projektowanie działań innowacyjnych
<b>SYSTEMY BAZ DANYCH</b>	
46.	Modele baz danych, w tym relacyjne bazy danych
<b>ORGANIZACJA PRACY KIEROWNICZEJ</b>	
47.	Model pracy kierowniczej
<b>ZARZĄDZANIE LOGISTYKĄ – Marek Sikora</b>	
48.	Pojęcia i definicje logistyki i łańcucha dostaw
49.	Zaopatrzenie i ocena dostawców
50.	Gospodarka magazynowa

<b>POZYSKIWANIE ŚRODKÓW Z UNII EUROPEJSKIEJ</b>	
51.	Fundusze i Progamy Unii Europejskiej
52.	Procedura ogłaszania konkursów i wylaniania projektów do dofinansowania
53.	Wniosek o dofinansowanie – struktura i ocena wniosku
54.	Koszty kwalifikowane dla projektów miękkich i twardych
<b>WSPÓLCZESNY RYNEK USŁUG</b>	
55.	Teoria trzech sektorów i jej współczesne rozwinięcie
56.	Uwarunkowania i nowe formy międzynarodowego handlu usługami
57.	Strategie rozwojowe stosowane we współczesnym handlu detalicznym
<b>PODSTAWY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ</b>	
58.	Postawy prawne, formalne i ekonomiczne prowadzenia działalności gospodarczej.
59.	Determinanty i bariery rozwoju przedsiębiorczości.
60.	Rola państwa i innych instytucji w rozwoju przedsiębiorczości.
<b>MARKETING USŁUG</b>	
61.	Charakterystyczne cechy usług.
62.	Rola jakości w usługach.
63.	Metody marketingowe w kreowaniu usług.
<b>ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM HANDLOWYM</b>	
64.	Typologia przedsiębiorstw handlowych
65.	Polityka asortymentowa
66.	Zarządzanie zakupem towarów i zapasami w przedsiębiorstwie handlowym
67.	Zarządzanie sprzedażą towarów w przedsiębiorstwie handlowym
<b>ZASTOSOWANIA INFORMATYKI W HANDLU I USŁUGACH</b>	
68.	Systemy obrotu towarowego i systemy zarządzania magazynem (WMS)
69.	Elektroniczna wymiana dokumentów i standardy automatycznej identyfikacji.
70.	Systemy zarządzania relacjami z klientem (CRM), w tym narzędzia Business Intelligence)
<b>ANALIZA OTOCZENIA ORGANIZACJI</b>	
71.	Metody analizy makro- i mikrootoczenia oraz metody portfelowe.
72.	Metody kompleksowe w analizie otoczenia.
<b>TECHNIKI ORGANIZATORSKIE I DECYZYJNE</b>	
73.	Rodzaje podejmowanych decyzji w przedsiębiorstwie
74.	Proces decyzyjny i metody podejmowania decyzji
<b>PODSTAWY MARKETINGOWEGO ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM</b>	
75.	Miejsce marketingu w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem.
76.	System informacji marketingowej w przedsiębiorstwie (SIM).
77.	Analiza sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa.



<b>PLANOWANIE MARKETINGOWE</b>	
78.	Istota planowania i struktura planów marketingowych w przedsiębiorstwie.
79.	Badanie rynku i analiza sytuacji (pozycji) marketingowej
<b>JAKOŚCIOWE BADANIA MARKETINGOWE</b>	
80.	Przykładowe zastosowania badań jakościowych
81.	Etapy procesu jakościowego badania marketingowego
82.	Podstawowe metody zbierania danych jakościowych
83.	Typowe błędy w badaniach jakościowych
<b>STRATEGIA PROMOCJI</b>	
84.	Znaczenie i metody promocji w zarządzaniu przedsiębiorstwem
85.	Budżet promocyjny i metody oceny efektywności działań promocyjnych
<b>KSZTAŁTOWANIE NOWYCH PRODUKTÓW</b>	
86.	Charakterystyka cyklu życia produktu
87.	Znaczenie prac B+R w planowaniu produktu
88.	Metody oceny rynku i konkurencji
89.	Wpływ otoczenia na kształtowanie produktu
<b>INFORMATYKA W ZARZĄDZANIU</b>	
90.	Podstawowe warunki skutecznego wdrażania rozwiązań informatycznych w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem
91.	Główne dziedziny zastosowania informatyki
92.	Znaczenie i istota informatyki ekonomicznej.
93.	Zarządzanie procesami a prowadzone działania informatyzacji w organizacji.
94.	Obszary informatycznego wspomaganie zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym.
95.	Etapy (fazy) informatyzacji na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa.