

KIERUNEK – ZARZĄDZANIE ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE OGÓLNOEKONOMICZNE (obowiązujące od roku akademickiego 2022/2023)

STUDIA I STOPNIA egzamin dyplomowy – licencjacki

1. Istota i funkcje struktury organizacyjnej.
2. Pojęcie, rodzaje i strategie marki.
3. Kategorie wynikowe i ich wpływ na wynik finansowy.
4. Prawo malejących przychodów - przyczyny i skutki.
5. Idea i zastosowanie modelu AD-AS w polityce makroekonomicznej.
6. Istota, zalety i bariery delegowania uprawnień.
7. Istota i kryteria segmentacji nabywców.
8. Majątek i źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa.
9. Porównanie konkurencji doskonałej i monopolu.
10. Pojęcie i kategorie dochodu narodowego oraz problemy z jego pomiarem we współczesnej makroekonomii.
11. Znaczenie ochrony własności intelektualnej i praw autorskich.
12. Analiza porównawcza dwóch wybranych stylów kierowania na przykładzie liderów organizacji.
13. Cykl życia produktu.
14. Metody analizy finansowej.
15. Wykorzystanie cenowej elastyczności popytu w podejmowaniu decyzji gospodarczych.
16. Wzrost a rozwój gospodarczy – pojęcie, istota i miary.
17. Elementy mikrootoczenia i makrootoczenia przedsiębiorstwa.
18. Koncepcje marketingu mix.
19. Rentowność i płynność finansowa przedsiębiorstwa.
20. Deficyt budżetowy i dług publiczny we współczesnej makroekonomii.

KIERUNEK – ZARZĄDZANIE ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE KIERUNKOWE (obowiązujące od roku akademickiego 2022/2023)

STUDIA I STOPNIA egzamin dyplomowy – licencjacki

1. Istota, charakterystyka oraz zastosowanie struktury podziału pracy w zarządzaniu projektami.
2. Klasyfikacja metod badań rynku – sondażowe i pozasondażowe.
3. Materiały źródłowe w analizie finansowej.
4. Istota oraz wady i zalety elastycznych form pracy.
5. Etapy i czynności w procesie badań marketingowych.
6. Pojęcie, istota, zalety i wady płacy minimalnej.
7. Budowanie wizerunku pracodawcy – employer branding.
8. Instytucjonalne źródła informacji w analizie rynkowej.
9. Spółka komandytowa a spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.
10. Zasady zarządzania jakością w przedsiębiorstwie.
11. Zakres i obszary badań rynkowych.
12. Istota i znaczenie pracy jako czynnika produkcji.
13. Metody analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.
14. Wykorzystanie macierzy BCG w kształtowaniu asortymentu przedsiębiorstwa.
15. Zatrudnienie pracownicze i niepracownicze.
16. Rodzaje technik scenariuszowych w projektowaniu zmian w otoczeniu.
17. Ograniczenia wykorzystania metod ilościowych oraz jakościowych w badaniach rynkowych.
18. Tradycyjne i zwinne metodyki zarządzania projektami – analiza porównawcza.
19. Wady i zalety zastosowania miar klasycznych i pozycyjnych w analizie danych.
20. Charakterystyka modelu Du Ponta w analizie finansowej.