

ZARZĄDZANIE

zagadnienia egzaminacyjne ogólnoeconomiczne

Egzamin dyplomowy – magisterski (studia II stopnia) obowiązują od 1 czerwca 2026 r.

1. Cele i metody rozwoju przedsiębiorstwa w perspektywie strategicznej.
2. Strategie konkutowania i strategie kooperacji przedsiębiorstw.
3. Współczesne rachunki kosztów.
4. Interwencjonizm a liberalizm gospodarczy.
5. Systemy wspomaganie decyzji menedżerskich.
6. Nowe zarządzanie publiczne – istota koncepcji i przykłady zastosowania.
7. Controlling: istota, rodzaje, narzędzia.
8. Inflacja i bezrobocie – poglądy szkół economicznych XX i XXI wieku.
9. Ekstensywne i intensywne wykorzystanie zasobów przedsiębiorstwa.
10. Zasoby przedsiębiorstwa i metody ich oceny.
11. Nośniki wartości i pomiar tworzenia wartości przedsiębiorstwa.
12. Negatywne efekty zewnętrzne konsumpcji i produkcji.
13. Umowa najmu a umowa dzierżawy.
14. Istota oraz zalety i wady outsourcingu.
15. Cechy, korzyści i kształtowanie się sieci przedsiębiorstw.
16. Konkurencja ceną a konkurencja ilością w warunkach oligopolu.
17. Dług publiczny – przyczyny, instrumenty, granice oraz wpływ na gospodarkę przedsiębiorstw, banków i gospodarstw domowych.
18. Strategie rozwoju przedsiębiorstw.
19. Analiza prognozy rentowności.
20. Wyzwania i problemy zrównoważonego rozwoju z perspektywy współczesnych organizacji.

ZARZĄDZANIE

zagadnienia egzaminacyjne kierunkowe

Egzamin dyplomowy – magisterski (studia II stopnia) obowiązują od 1 czerwca 2026 r.

1. Klasyfikacje oferty produktowej.
2. Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka.
3. Typy innowacji w gospodarce opartej na wiedzy.
4. Etapy procesu podejmowania decyzji menedżerskich.
5. Proces dokonywania zakupu przez nabywców.
6. Mierniki wydajności pracy i czynniki jej wzrostu.
7. Wybrane trzy techniki wywierania wpływu na zachowania nabywców.
8. Zarządzanie kompetencjami – definicja, rodzaje oraz narzędzia ich rozwijania.
9. Podejście majątkowe a dochodowe w wycenie przedsiębiorstw.
10. Znaczenie potrzeb w zachowaniach nabywców.
11. Płacowe i pozapłacowe środki motywowania pracowników.
12. Elementy systemu wynagrodzeń pracowników działu sprzedaży.
13. Założenia i dorobek szkoły behawioralnej.
14. Zasady obrotu nieruchomościami w gospodarce rynkowej.
15. Kryteria oceny produktywności przedstawicieli handlowych.
16. Rachunek kosztów pełnych i rachunek kosztów zmiennych.
17. Strategie produktowo-rynkowe w ujęciu Ansoffa.
18. Zasady i metody budżetowania.
19. Znaczenie lojalności klientów w marketingu partnerskim.
20. Alternatywne sposoby finansowania działalności przedsiębiorstwa.