

Zagadnienia na egzamin dyplomowy – Zarządzanie II stopnia 2024

Psychologia w biznesie

1. Psychologia biznesu, - definicja i zastosowanie
2. Style negocjacji według Nęcki
3. Rola komunikacji w biznesie

Zarządzanie tożsamością organizacyjną

4. Tożsamość organizacyjna i jej elementy składowe
5. Systemowe zarządzanie tożsamością organizacyjną
6. Istota wizji i misji organizacyjnej oraz różnice pomiędzy nimi
7. Elementy wchodzące w skład systemu identyfikacji wizualnej organizacji
8. Elementy wchodzące w skład systemu komunikacji organizacyjnej w ramach zarządzania tożsamością organizacyjną
9. Istota kultury organizacyjnej i jej przejawy w systemie tożsamości organizacyjnej

Decision making

10. Fazy podejmowania decyzji
11. Warunki podejmowania decyzji wg R.W.Griffin`a

Zarządzanie strategiczne

12. Poziomy zarządzania strategicznego
13. Istota i funkcje zarządzania strategicznego
14. Typologia strategii
15. Model cyklu życia produktu
16. Metoda punktowa oceny sektora
17. Model pięciu sił Portera

18. Analiza SWOT
19. Strategia TOW
20. Metoda portfelowa – macierz BCG
21. Łańcuch kreowania wartości

Marketing międzynarodowy

22. Definicja, istota i zakres marketingu międzynarodowego
23. Elementy międzynarodowego otoczenia marketingu
24. Dystans psychiczny w marketingu międzynarodowym i jego znaczenie w relacjach biznesowych
25. Kulturowe modele zachowań w biznesie
26. Elementy procesu komunikowania się w marketingu międzynarodowym

Zastosowanie informatyki w zarządzaniu

27. Systemy i aplikacje informatyczne wspomagające zarządzanie organizacją
28. Hardware i software w zarządzaniu logistyką, marketingiem, relacjami, komunikacją i administracją przedsiębiorstw

Zarządzanie bezpieczeństwem w aspekcie globalnym

29. Analiza ryzyka i zarządzanie ryzykiem w aspekcie globalnym?
30. Elementy planowania w zarządzaniu bezpieczeństwem w aspekcie globalnym

Rachunkowość zarządcza

31. Pojęcie i kryteria grupowania kosztów
32. Koszt księgowy a koszt ekonomiczny
33. Metody klasyfikacji kosztów dla potrzeb zarządzania
34. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
35. Wykorzystanie dźwigni w planowaniu finansowym
36. Dolny poziom ceny i jego przydatność w decyzjach zarządczych
37. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
38. Wykorzystanie rachunku kosztów zmiennych w podejmowaniu decyzji

39. Próg rentowności i jego wykorzystanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem

Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa

40. Istota, struktura i instrumenty rynku pieniężnego

41. Instrumenty i transakcje na rynku kapitałowym

42. Rodzaje analiz na rynku kapitałowym

43. Istota i etapy analizy fundamentalnej

44. Kategorie wartości przedsiębiorstwa

45. Metody wyceny przedsiębiorstwa

46. Mierniki kreacji wartości

Etyka w zarządzaniu

47. Funkcje kodeksu etycznego w organizacjach

48. Społeczna odpowiedzialność biznesu

49. Obszary zainteresowania etyki w zarządzaniu

Socjotechniki w zarządzaniu

50. Socjotechniki stosowane w zarządzaniu ludźmi

51. Socjotechniki stosowane w cyberatakach?

52. Metody przeciwdziałania manipulacji z punktu widzenia przedsiębiorcy

Wprowadzenie do badań naukowych

53. Problematyka badawcza. Cechy i proces konceptualizacji zadania badawczego

54. Proces realizacji badań naukowych

Zarządzanie procesami

55. Klasyczne a procesowe projektowanie organizacji

56. Klasyfikacja procesów biznesowych

57. Metodologia wdrożenia podejścia procesowego

Zarządzanie wiedzą

58. Wiedza jako kapitał intelektualny w organizacji – istota, znaczenie

59. Narzędzia zarządzania wiedzą

60. Kluczowe procesy zarządzania wiedzą w organizacji

Pytania dla specjalności E-biznes i nowoczesne formy marketingu

1. Rola centrów logistycznych w e-logistyce
2. Czynniki rozwoju e-logistyki od lat 90-tych XX w.
3. Formy prowadzenia handlu elektronicznego
4. Modele dystrybucji w e-logistyce
5. Sposoby dystrybucji w sklepach internetowych
6. Analiza danych internetowych (Web Analytic) w e-biznesie – istota, korzyści
7. Pojęcie konwersji oraz przykłady działań konwersyjnych w e-biznesie
8. Cechy charakterystyczne współczesnego sklepu internetowego
9. Rola segmentacji klientów w e-handlu na przykładzie mapy empatii
10. Różnice w analizie danych internetowych on-site i off site?
11. Zjawisko pozycjonowania stron internetowych SEO (search engine optimization)
12. Value Proposition Canvas (szablon pozycji wartości) i jego składowe
13. Customer Profil (profil klienta) oraz Value Map (mapa wartości)
14. Trzy typy sklepów internetowych (akwizycyjny, hybrydowy, lojalnościowy)
15. Ryzyko w zachowaniach konsumentów i metody jego redukcji
16. Wpływ osobowości i stylu życia na zachowania rynkowe
17. Metody (kryteria) segmentacji klientów
18. Etapy rozwoju i poziomy analizy logistycznej

Pytania dla specjalności Menedżer finansowy

1. Ryzyka w finansowaniu działalności gospodarczej i inwestycyjnej
2. Narzędzia szacowania poziomu ryzyka inwestycyjnego
3. Obszary ryzyka finansowego poddawane analizie
4. Istota strategii finansowej i jej składowe – treść strategii
5. Źródła finansowania przedsiębiorstwa
6. Grupy wskaźników służące ocenie finansowania firmy
7. Koszt kapitału i czynniki wpływające na jego poziom
8. Czynniki wpływające na bieżącą wartość obligacji
9. Model Gordona i model renty wieczystej
10. Miary statystyczne wykorzystywane przy optymalizacji portfela inwestycyjnego dwuskładnikowego
11. Kierunki działań rekomendowanych w strategii minimalnego kosztu
12. Istota i założenia strategii „wyłaniającej się” – szkoła ewolucyjna budowania strategii
13. Metody mające zastosowanie w analizie potencjału strategicznego organizacji
14. Strategie finansowania przedsiębiorstw
15. Wartość przedsiębiorstwa jako kategoria zarządcza- kategorie wartości
16. Założenia koncepcji VBM – Value Based Management
17. Niematerialne czynniki kreujące wartość przedsiębiorstwa
18. Proces wyceny wartości spółki metodą DCF

Pytania dla specjalności HR menedżer i coaching biznesowy

1. Cele, istota, funkcje i modele polityki personalnej w organizacji
2. Rodzaje procesów HR w organizacji
3. Zasady i praktyczne aspekty adaptacji pracownika w organizacji
4. Procedury rekrutacyjno- selekcyjne realizowane w organizacjach
5. Etapy procesu coachingowego
6. Elementy procesu rozwoju pracowników
7. Istota i znaczenie emocji w zarządzaniu i biznesie. Przykłady wykorzystania emocji w zarządzaniu i biznesie

8. Kreowanie i wdrażanie zmian w warunkach niepewności, kryzysu, niestabilnej sytuacji społeczno-ekonomicznej
9. Metody i narzędzia polityki zrównoważonego rozwoju HR
10. Bariery w zarządzaniu różnorodnością kulturową – wymiar indywidualny, grupowy, organizacyjny
11. Praktyka zarządzania różnorodnością kulturową na przykładzie wybranej firmy
12. Dylematy etyczne w pracy coacha i odpowiedzialność zawodowa coacha
13. Cechy coachingowego stylu zarządzania w organizacji
14. Modele coachingowe: GROW, OSKAR, Staff Coach
15. Narzędzia coachingu biznesowego
16. Rodzaje komunikacji z podwładnymi
17. Składowe marki osobistej
18. Techniki radzenia sobie ze stresem w obszarze ciała, emocji, myśli.