

ZESTAW ZAGADNIEŃ NA EGZAMIN DYPLOMOWY DLA NABORU 2025/2026

KIERUNEK ZARZĄDZANIE – II stopień

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
22. Business Model Canvas

Marketing międzynarodowy

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

Zastosowanie informatyki w zarządzaniu

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

Zarządzanie bezpieczeństwem w aspekcie globalnym

- 30. Podstawowe wskaźniki w ocenie ryzyka na poziomie krajowym
- 31. Analiza ryzyka i zarządzanie ryzykiem w aspekcie globalnym?
- 32. Elementy planowania w zarządzaniu bezpieczeństwem w aspekcie globalnym

Rachunkowość zarządcza

- 33. Pojęcie i kryteria grupowania kosztów
- 34. Koszt księgowy a koszt ekonomiczny
- 35. Metody klasyfikacji kosztów dla potrzeb zarządzania
- 36. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
- 37. Wykorzystanie dźwigni w planowaniu finansowym
- 38. Dolny poziom ceny i jego przydatność w decyzjach zarządczych
- 39. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych
- 40. Wykorzystanie rachunku kosztów zmiennych w podejmowaniu decyzji
- 41. Próg rentowności i jego wykorzystanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem

Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa

- 42. Istota, struktura i instrumenty rynku pieniężnego
- 43. Instrumenty i transakcje na rynku kapitałowym
- 44. Rodzaje analiz na rynku kapitałowym
- 45. Istota i etapy analizy fundamentalnej
- 46. Kategorie wartości przedsiębiorstwa
- 47. Metody wyceny przedsiębiorstwa
- 48. Mierniki kreacji wartości

Etyka w zarządzaniu

- 49. Funkcje kodeksu etycznego w organizacjach
- 50. Społeczna odpowiedzialność biznesu
- 51. Obszary zainteresowania etyki w zarządzaniu

Socjotechniki w zarządzaniu

- 52. Socjotechniki stosowane w zarządzaniu ludźmi
- 53. Socjotechniki stosowane w cyberatakach?
- 54. Metody przeciwdziałania manipulacji z punktu widzenia przedsiębiorcy

Wprowadzenie do badań naukowych

- 55. Problematyka badawcza. Cechy i proces konceptualizacji zadania badawczego
- 56. Proces realizacji badań naukowych

Zarządzanie procesami

- 57. Klasyczne a procesowe projektowanie organizacji
- 58. Klasyfikacja procesów biznesowych
- 59. Metodologia wdrożenia podejścia procesowego

Zarządzanie wiedzą

- 60. Wiedza jako kapitał intelektualny w organizacji – istota, znaczenie
- 61. Narzędzia zarządzania wiedzą
- 62. 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 segmentacja 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.