

**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**

**Zagadnienia kierunkowe**

1. Popyt i czynniki go określające. Elastyczność cenowa i dochodowa popytu, w tym rodzaje popytu i dóbr.
2. System bankowy, rodzaje oprocentowania bankowego.
3. Podstawowe kategorie ekonomiczno-finansowe przedsiębiorstwa, rodzaje kosztów i zysku, w tym zysk w krótkim i długim okresie a problem ekspansji
4. Formy rynku i konkurencji - rynek doskonały, monopol, konkurencja monopolistyczna, oligopol.
5. Pojęcie budżetu państwa. Zasady konstruowania budżetu. Przychody i rozchody budżetu państwa.
6. Definicja, przyczyny i rodzaje deficytu budżetowego.
7. Funkcje i rodzaje podatków. Różnice między podatkami pośrednimi a bezpośrednimi.
8. Podstawowe funkcje kierownicze – planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrolowanie.
9. Teorie potrzeb i procesu motywacji. Znaczenie potrzeb podstawowych i potrzeb wyższego rzędu.
10. Pojęcie stylu kierowania. Rodzaje stylów kierowania. Sytuacyjne podejście do stylów kierowania.
11. Rodzaje struktur organizacyjnych. Cechy struktur małych i średnich oraz dużych przedsiębiorstw.
12. Istota i składniki kultury organizacyjnej. Wybrane typologie kultur organizacyjnych.
13. Etapy procesu kadrowego. Planowanie zasobów kadrowych.
14. Proces rekrutacja, źródła rekrutacji, rodzaje rekrutacji.
15. Motywacja i rodzaje bodźców motywacyjnych.
16. System ocen pracowniczych. Kryteria i narzędzia oceny. Znaczenie ocen w zarządzaniu zasobami ludzkimi.
17. Rodzaje stanowisk kierowniczych. Role i umiejętności kierownika. Wzorzec pracy kierowniczej.
18. Rodzaje i rozwój orientacji przedsiębiorstw. Różnice między orientacją produkcyjną, dystrybucyjną i marketingową.
19. Istota marketingowego systemu informacyjnego. Składniki SIM. Wtórne i pierwotne źródła informacji.
20. Rodzaje badań marketingowych. Etapy badania marketingowego.
21. Dobór próby do badania, cechy i rodzaje doborów losowych i nielosowych.
22. Budowa kwestionariusza. Rodzaje pytań. Skale pomiarowe wykorzystywane do oceny postaw respondentów.
23. Rodzaje decyzji zakupu. Czynniki wpływające na decyzję o zakupie. Etapy procesu zakupu.
24. Proces segmentacji rynku. Pojęcie segmentu i niszy rynkowej.
25. Elementy marketingu.
26. Pojęcie marki produktu, składniki marki, rodzaje marek.
27. Charakterystyka TPM (Total Productive Management) oraz TQM.
28. Wybrane metody zarządzania jakością - Just in Time, Six Sigma, Diagram Ishikawy.
29. Rodzaje innowacji według kryterium skali i zakresu wprowadzonych zmian. Wewnętrzne i zewnętrzne źródła innowacji.
30. Korzyści i bariery związane z działalnością innowacyjną w przedsiębiorstwie.
31. Istota łańcucha logistycznego i łańcucha dostaw. Cele zarządzania logistycznego (7W).
32. Czynniki wpływające na wybór dostawców. Założenia analizy ABC i XYZ.
33. Rodzaje zapasów. Przyczyny utrzymywania zapasów w przedsiębiorstwie.
34. Istota IT. Zadania działu IT w przedsiębiorstwie.
35. Podstawowe rodzaje relacji w relacyjnych bazach danych. Rodzaje i funkcje kluczy w relacyjnych bazach danych.
36. Istota bilansu. Zakres informacyjny bilansu.
37. Rodzaje i charakterystyka składników majątkowych i źródeł finansowania majątku.
38. Istota rachunku zysków i strat. Zakres informacyjny rachunku zysków i strat.
39. Rodzaje kosztów. Koszty stale i zmienne. Układy ewidencyjne kosztów.
40. Zasada podwójnego zapisu w rachunkowości, ewidencja syntetyczna i analityczna.
41. Metody oceny opłacalności inwestycji.
42. Formy opodatkowania przedsiębiorstw, kryteria wyboru, zalety i wady.
43. Grupy wskaźników do oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa. Wskaźniki rentowności, płynności, rotacji.
44. Podstawowe miary przeciętne i miary rozproszenia.
45. Szeregi statystyczne. Różnica pomiędzy szeregiem prostym a szeregiem rozdzielczym. Szereg dynamiczny (czasowy).
46. Źródła danych wykorzystywane do analiz statystycznych. Bank Danych Lokalnych.
47. Etapy tworzenia zespołu i rodzaje zespołów projektowych. Rola kierownika projektu.
48. Pojęcie i rodzaje ewaluacji projektów.

**Specjalność: Zarządzanie w handlu i usługach**

1. Usługa- pojęcie, cechy i rodzaje. Usługi niższego i wyższego rzędu.
2. Formy międzynarodowej wymiany usług. Offshoring usług.
3. Istota i znaczenie własnej marki handlowej. Rozwój marek własnych sieci handlowych.
4. Istota i cechy franczyzy. Wykorzystanie systemów franczyzowych do prowadzenia działalności handlowej i usługowej.
5. Etapy procesu założycielskiego działalności gospodarczej. Ryzyka towarzyszące działalności gospodarczej.
6. Koncepcja marketingu usług - 7P jako metoda kształtująca działania marketingowe usług.
7. Rodzaje przedsiębiorstw handlowych z uwzględnieniem kryterium podstawowych grup klientów oraz towarów.
8. Marża, narzut, skonto, rabat – rodzaje, sposoby liczenia, różnice.
9. Podstawowe funkcje i dokumenty w systemie obrotu towarowego.
10. Pojęcie i rodzaje systemów CRM oraz funkcje dowolnego modułu systemu CRM.
11. Pojęcie i rodzaje otoczenia organizacji.
12. Analiza modelu M. Portera – cechy modelu, charakterystyka pięciu sił konkurencyjnych.
13. Metoda BCG – istota analizy portfelowej, kryteria podziału i charakterystyka składników portfela.
14. Metoda SWOT jako kompleksowa metoda oceny organizacji i jej otoczenia.
15. Etapy procesu decyzyjnego. Czynniki kształtujące proces decyzyjny.

**Specjalność: Marketing w organizacji**

1. Informacja marketingowa – źródła informacji marketingowej, klasyfikacja informacji marketingowej.
2. Pojęcie i elementy Systemu Informacji Marketingowej (SIM).
3. Plan marketingowy – zasady konstrukcji planu, rodzaje planów, zastosowanie planu marketingowego.
4. Jakościowe badania marketingowe – istota, etapy badania, metody marketingowych badań jakościowych.
5. Rodzaje i cechy metod pozyskiwania danych w badaniach marketingowych: wywiady, metoda ankietowa, obserwacja.
6. Cykl życia produktu – fazy cyklu, czynniki wpływające na przebieg cyklu, wykorzystanie cyklu w decyzjach marketingowych.
7. Źródła i rodzaje innowacji.
8. Projektowanie i testowanie rynkowe nowych produktów.
9. Wprowadzanie nowych produktów na rynek.
10. Program marketingowy w kolejnych fazach cyklu życia produktu.
11. Rodzaje kanałów dystrybucji, zalety i wady. Pośrednicy w kanałach dystrybucji.
12. Strategie cenowe, metody ustalania cen. Czynniki kształtujące ceny.
13. Model komunikacji marketingowej i jego elementy.
14. Cele i rodzaje działań promocyjnych.
15. Istota i cele PR. Formy public relations.

**Specjalność: Zarządzanie w przedsiębiorstwie przemysłowym**

1. Rodzaje produktów przemysłowych.
2. Sektor przemysłowy w Polsce - analiza, perspektywy rozwoju.
3. Prawo ochrony środowiska a uwarunkowania realizacji inwestycji.
4. Gospodarka ściekowa. Gospodarka odpadami.
5. Typologie opakowań w usprawnianiu procesów logistycznych.
6. Systemy zarządzania środowiskiem w organizacji. Planowanie, wdrażania i audytowanie systemów zarządzania środowiskiem.
7. Finansowanie inwestycji przemysłowych i ekologicznych. Metody oceny projektów gospodarczych.
8. Infrastruktura w gospodarce magazynowej. Koszty zapasów. Wskaźniki oceny gospodarki magazynowej.
9. Rodzaje transportu. Determinanty wyboru przewoźnika.
10. Czynniki kształtujące logistykę zaopatrzenia. Kanały dystrybucji na rynku przemysłowym.
11. Technologie wykorzystywane w zarządzaniu łańcuchem dostaw.
12. Metody zarządzania produkcją. Elastyczne systemy produkcyjne.
13. Organizacja wydziału produkcyjnego. Kooperacja między systemami produkcyjnymi. Systemy automatyki przemysłowej.
14. Normowanie pracy produkcyjnej i biurowej. Normy pracochłonności.
15. Zasady sporządzania kosztorysu. Rodzaje kosztów.
16. Transfer techniki i technologii. Centra rozwoju technologii.

**Specjalność: Zarządzanie w gospodarce żywnościowej**

1. Rola wsi, rolnictwa i gospodarki żywnościowej.
2. Procesy zachodzące w obszarze gospodarki żywnościowej. Trendy światowe w konsumpcji żywności.
3. Konkurencyjność polskich producentów żywności: branża mleczarska, branża mięsna, branża owocowo-warzywna i produkty regionalne.
4. Cechy produkcji roślinnej, zwierzęcej i przetwórstwa rolno-spożywczego, podstawowe produkty, sposób ich pozyskiwania i wykorzystania.
5. Uwarunkowania przyrodnicze i agrotechniczne produkcji roślinnej oraz zagrożenia z tym związane dla środowiska i jakości żywności.
6. Specyfika marketingu produktów żywnościowych. Cechy produktów żywnościowych z wybranych branż artykułów żywnościowych.
7. Systemy jakości w gospodarce żywnościowej.
8. Pojęcie produktu ekologicznego i rynku produktów ekologicznych.
9. Specyfika rynku żywności ekologicznej. Potrzeby konsumentów żywności ekologicznej.
10. Podstawowe zjawiska i procesy zachodzące w ramach europejskiego procesu integracyjnego oraz polityki strukturalnej UE.
11. Zakres, funkcje i uwarunkowania produkcji rolniczej . Zasady racjonalnej produkcji.
12. Zasady analizy działalności gospodarstw rolnych. Metody podejmowania decyzji w gospodarstwach rolnych.
13. Technologie produkcji wybranych produktów.
14. Elementy rynku rolnego. Mechanizmy na rynku rolnym i żywnościowym. Role instytucji na rynkach rolnych.
15. Istota, ewolucja i systemy zarządzania produkcją. Narzędzia komputerowe w planowaniu, kontrolowaniu oraz sterowaniu procesami wytwórczymi.
16. Istota inżynierii wiedzy oraz systemy wspomagania decyzji w organizacjach gospodarczych.