

KIERUNEK STUDIÓW: ZARZĄDZANIE

PYTANIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY LICENCJACKI

obowiązują od roku akademickiego 2025/2026

PYTANIA PODSTAWOWE I KIERUNKOWE

1. Czym jest popyt, jakie czynniki wpływają na jego kształtowanie oraz na czym polega elastyczność cenowa i dochodowa popytu, a także jakie wyróżnia się rodzaje popytu i dóbr?
2. Na czym polega funkcjonowanie systemu bankowego oraz jakie są rodzaje oprocentowania bankowego i czym się one charakteryzują?
3. Jakie są podstawowe kategorie ekonomiczno-finansowe przedsiębiorstwa, jakie wyróżnia się rodzaje kosztów?
4. Czym różni się zysk w krótkim i długim okresie w kontekście ekspansji przedsiębiorstwa?
5. Jakie są formy rynku i typy konkurencji, w tym rynek doskonały, monopol, konkurencja monopolistyczna i oligopol, oraz czym się one charakteryzują?
6. Czym jest budżet państwa, jakie są zasady jego konstruowania oraz jakie są główne przychody i rozchody budżetu państwa?
7. Czym jest deficyt budżetowy, jakie są jego przyczyny oraz jakie wyróżnia się podstawowe rodzaje deficytu?
8. Jakie są główne funkcje i rodzaje podatków oraz czym różnią się podatki pośrednie od bezpośrednich?
9. Jakie są podstawowe funkcje kierownicze jakie są zależności między nimi?
10. Na czym polegają teorie potrzeb i proces motywacji oraz jakie znaczenie mają potrzeby podstawowe i potrzeby wyższego rzędu w zarządzaniu ludźmi?
11. Czym jest styl kierowania, jakie są jego główne rodzaje oraz na czym polega sytuacyjne podejście do stylów kierowania?
12. Jakie są rodzaje struktur organizacyjnych oraz które z nich są typowe dla małych, średnich i dużych przedsiębiorstw?
13. Czym jest kultura organizacyjna, jakie są jej podstawowe elementy oraz jakie czynniki ją kształtują?
14. Jakie są etapy procesu kadrowego oraz jakie znaczenie ma planowanie zasobów kadrowych w organizacji?
15. Czym jest rekrutacja, jakie są jej etapy, źródła oraz rodzaje?

16. Na czym polega istota motywacji oraz jakie rodzaje bodźców motywacyjnych są wykorzystywane w organizacjach?
17. Czym jest system ocen pracowniczych, jakie są kryteria i narzędzia oceny oraz jakie znaczenie mają oceny w zarządzaniu zasobami ludzkimi?
18. Jakie są rodzaje stanowisk kierowniczych, jakie role i umiejętności powinien posiadać kierownik oraz na czym polega wzorzec pracy kierowniczej?
19. Jakie są rodzaje i etapy rozwoju orientacji przedsiębiorstw oraz jakie są różnice między orientacją produkcyjną, dystrybucyjną i marketingową?
20. Na czym polega marketingowy system informacyjny (SIM), jakie są jego składniki oraz czym różnią się wtórne i pierwotne źródła informacji?
21. Jakie są rodzaje badań marketingowych oraz jakie są etapy badania marketingowego?
22. Na czym polega dobór próby do badania oraz jakie są cechy i rodzaje doborów losowych i nielosowych?
23. Jak jest zbudowany kwestionariusz badawczy, jakie są rodzaje pytań oraz jakie skale pomiarowe stosuje się do oceny postaw respondentów?
24. Jakie są rodzaje decyzji zakupu, jakie czynniki wpływają na decyzję o zakupie oraz jakie są etapy procesu zakupu?
25. Czym jest segmentacja rynku, jakie są etapy tego procesu oraz jakie są różnice między segmentem a niszą rynkową?
26. Jakie są podstawowe elementy marketingu-mix (4P/7P) i czym się one charakteryzują?
27. Czym jest marka produktu, jakie są składniki marki oraz jakie rodzaje marek są stosowane na rynku?
28. Na czym polegają koncepcje TPM (Total Productive Management) oraz TQM (Total Quality Management)?
29. Jakie metody i narzędzia zarządzania jakością są stosowane w organizacjach i na czym polegają?
30. Jakie są rodzaje innowacji według kryterium skali i zakresu wprowadzonych zmian oraz jakie są wewnętrzne i zewnętrzne źródła innowacji?
31. Jakie korzyści i bariery wiążą się z prowadzeniem działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwie?
32. Czym jest łańcuch logistyczny i łańcuch dostaw oraz jakie są cele zarządzania logistycznego, z uwzględnieniem zasady 7W?
33. Jakie czynniki wpływają na wybór dostawców oraz na czym polegają założenia analizy ABC i XYZ?
34. Jakie są rodzaje zapasów, jakie są przyczyny ich utrzymywania w przedsiębiorstwie oraz jakie są sposoby ich optymalizacji?
35. Jaką rolę pełni dział IT w przedsiębiorstwie oraz jakie są jego główne zadania w kontekście wspomagania zarządzania?
36. Czym są relacyjne bazy danych, jakie są podstawowe rodzaje relacji oraz jakie są rodzaje i funkcje kluczy w relacyjnych bazach danych?
37. Na czym polega istota bilansu oraz jaki jest jego zakres informacyjny?

38. Jakie są składniki majątku przedsiębiorstwa oraz jakie są źródła finansowania tego majątku?
39. Na czym polega istota rachunku zysków i strat oraz jaki jest jego zakres informacyjny?
40. Jakie są rodzaje kosztów, czym różnią się koszty stałe od zmiennych oraz na czym polegają układy ewidencyjne kosztów?
41. Na czym polega zasada podwójnego zapisu w rachunkowości oraz czym różni się ewidencja syntetyczna od analitycznej?
42. Jakie są podstawowe metody oceny opłacalności inwestycji i na czym one polegają?
43. Jakie są formy opodatkowania przedsiębiorstw?
44. Jakie kryteria decydują o wyborze formy opodatkowania przedsiębiorstw?
45. Jakie są główne grupy wskaźników służących do oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa?
46. Jakie są podstawowe miary przeciętne i miary rozproszenia oraz jakie mają znaczenie w analizie danych statystycznych?
47. Czym jest szereg statystyczny, jaka jest różnica między szeregiem prostym a szeregiem rozdzielczym oraz czym charakteryzuje się szereg dynamiczny (czasowy)?
48. Jakie są źródła danych wykorzystywane do analiz statystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem Banku Danych Lokalnych?
49. Jakie są etapy tworzenia zespołu projektowego, jakie wyróżnia się rodzaje zespołów oraz jaka jest rola kierownika projektu?
50. Czym jest ewaluacja projektu, jakie są jej rodzaje oraz jakie ma znaczenie dla oceny skuteczności i efektywności projektu?

Specjalność: Marketing w organizacji

1. Czym jest informacja marketingowa oraz jakie są jej źródła i klasyfikacje?
2. Na czym polega System Informacji Marketingowej (SIM) oraz jakie są jego podstawowe elementy i ich funkcje?
3. Czym jest plan marketingowy, jakie są zasady jego konstrukcji, jakie wyróżnia się jego rodzaje oraz jakie ma zastosowanie w zarządzaniu przedsiębiorstwem?
4. Na czym polega istota badań jakościowych w marketingu, jakie są ich etapy oraz jakie podstawowe metody badań jakościowych się stosuje?
5. Jakie metody pozyskiwania danych stosuje się w badaniach marketingowych, takie jak wywiad, ankieta i obserwacja, oraz jakie są ich zalety i ograniczenia?
6. Czym jest cykl życia produktu, jakie są jego fazy oraz jakie czynniki wpływają na jego przebieg i znaczenie w podejmowaniu decyzji marketingowych?
7. Jakie są źródła i rodzaje innowacji w przedsiębiorstwie i czym się one charakteryzują?
8. Na czym polega projektowanie nowych produktów oraz jakie są etapy i znaczenie testowania rynkowego w procesie wprowadzania produktu?
9. Jakie są etapy wprowadzania nowych produktów na rynek oraz jakie czynniki warunkują ich sukces rynkowy?
10. Jak wygląda program marketingowy w poszczególnych fazach cyklu życia produktu oraz jak zmieniają się cele i narzędzia marketingowe na tych etapach?
11. Jakie są rodzaje kanałów dystrybucji, jakie są ich zalety i wady oraz jaka jest rola pośredników w kanałach dystrybucji?
12. Na czym polegają strategie cenowe, jakie są metody ustalania cen oraz jakie czynniki wpływają na poziom cen produktów i usług?
13. Na czym polega model komunikacji marketingowej oraz jakie funkcje i znaczenie mają jego podstawowe elementy?
14. Jakie są cele i rodzaje działań promocyjnych oraz jakie narzędzia promocji są wykorzystywane w strategii komunikacji marketingowej?
15. Czym jest public relations (PR), jakie są jego cele oraz jakie podstawowe formy działań PR są stosowane w przedsiębiorstwie?

Specjalność: Zarządzanie małą i średnią firmą

1. Czym jest stan kryzysowy w przedsiębiorstwie oraz jaka jest jego istota i znaczenie dla funkcjonowania organizacji?
2. Jakie są główne źródła kryzysu w przedsiębiorstwie oraz jakie czynniki wewnętrzne i zewnętrzne mogą go powodować?
3. Jakie znaczenie ma system informatyczny ERP w procesie podejmowania decyzji zarządczych oraz jakie pełni funkcje?
4. Jakie są podstawowe elementy procesu komunikacji interpersonalnej i na czym one polegają?
5. Jakie bariery występują w komunikacji interpersonalnej oraz jakie metody ich pokonywania można stosować w środowisku organizacyjnym?
6. Jakie internetowe narzędzia wspomagania zarządzania (ICT) są wykorzystywane w przedsiębiorstwach i jakie mają zastosowanie?
7. Jakie są możliwości wykorzystania systemu CRM w małych i średnich przedsiębiorstwach, jakie obszary jego zastosowania można wyróżnić oraz jakie narzędzia może on zastępować?
8. Jakie są formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw oraz jaki jest podział przedsiębiorstw ze względu na ich wielkość?
9. Czym jest jednoosobowa działalność gospodarcza i jakie są jej podstawowe cechy zgodnie z przepisami Ustawy Prawo przedsiębiorców?
10. Na czym polega koncepcja marketingu-mix jako narzędzia strategicznego w zarządzaniu małą i średnią firmą oraz jakie są jej kluczowe elementy?
11. Jaką rolę odgrywają znaki handlowe i patenty w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa?
12. Na czym polega analiza rynku oraz jakie są podstawowe parametry analizy jakościowej i ilościowej?
13. Czym jest segment rynku i nisza rynkowa oraz jakie mają znaczenie w kształtowaniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa?
14. Na czym polega elastyczność czasu pracy, jakie są jej formy i znaczenie dla organizacji oraz jakie podstawowe normy prawne regulują czas pracy?
15. Jakie są zasady i metody organizacji pracy oraz jakie mają znaczenie dla efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa?

Specjalność: Zarządzanie w handlu i usługach

1. Czym jest usługa, jakie są jej podstawowe cechy i rodzaje oraz czym różnią się usługi niższego i wyższego rzędu?
2. Jakie są formy międzynarodowej wymiany usług oraz na czym polega istota i znaczenie offshoringu usług?
3. Na czym polega koncepcja własnej marki handlowej oraz jakie jest znaczenie rozwoju marek własnych sieci handlowych?
4. Czym jest franczyza, jakie są jej cechy oraz w jaki sposób systemy franczyzowe są wykorzystywane w prowadzeniu działalności handlowej i usługowej?
5. Jakie są etapy procesu założycielskiego działalności gospodarczej oraz jakie podstawowe ryzyka towarzyszą prowadzeniu działalności?
6. Jakie są podstawowe funkcje oraz dokumenty wykorzystywane w systemie obrotu towarowego i na czym polega ich znaczenie?
7. Czym jest system CRM, jakie są jego rodzaje oraz jakie funkcje pełni wybrany moduł systemu CRM?
8. Czym jest otoczenie organizacji oraz jakie są jego podstawowe rodzaje i ich charakterystyka?
9. Na czym polega analiza modelu pięciu sił M. Portera oraz jakie siły konkurencyjne kształtują atrakcyjność sektora?
10. Na czym polega metoda BCG jako analiza portfelowa, jakie są kryteria podziału oraz jaka jest charakterystyka poszczególnych składników portfela?
11. Na czym polega metoda SWOT jako kompleksowa metoda oceny organizacji i jej otoczenia oraz jakie są etapy jej opracowania?
12. Jakie są etapy procesu decyzyjnego oraz jakie czynniki kształtują proces podejmowania decyzji w organizacji?
13. Jakie są klasyczne i nowoczesne techniki sprzedaży oraz w jaki sposób są one wykorzystywane w praktyce handlowej?
14. Na czym polega istota strategii zakupowych w przedsiębiorstwie oraz jakie techniki i narzędzia stosuje się w procesie zakupowym?
15. Jakie znaczenie ma integracja procesów sprzedażowych i zakupowych dla efektywności zarządzania łańcuchem wartości w organizacji?