

ZAGADNIENIA OBOWIĄZUJĄCE NA EGZAMINIE DYPLOMOWYM NA KIERUNKU

„ZARZĄDZANIE”

W PAŃSTWOWEJ SZKOLE WYŻSZEJ IM. PAPIEŻA JANA PAWŁA II W BIAŁEJ PODLASKIEJ

W ROKU AKAD. 2012/2013

1. PYTANIA Z ZAKRESU EKONOMII, FINANSÓW I MARKETINGU

1. Zdefiniuj popyt i podaż. Zinterpretuj funkcję popytu i podaży.
2. Zdefiniuj elastyczność cenową i dochodową popytu. Omów ich wskaźniki.
3. Zinterpretuj równowagę rynkową, podaj rodzaje i omów przyczyny nierównowagi.
4. Przedstaw niedoskonałości (ułomności) rynku, które przemawiają za interwencją państwa.
5. Wymień i omów czynniki kształtujące popyt na pracę i kapitał w przedsiębiorstwie.
6. Omów optimum ekonomiczne przedsiębiorstwa na rynku doskonałej konkurencji i w monopolu.
7. Omów aktywa i pasywa przedsiębiorstwa, podaj ich główne składniki.
8. Scharakteryzuj koszty i przychody powstałe w toku prowadzenia działalności gospodarczej.
9. Przedstaw pojęcie analizy finansowej i ekonomicznej. Metody i techniki.
10. Zdefiniuj pojęcie kapitału trwałego i obrotowego oraz omów ich rolę w przedsiębiorstwie.
11. Omów zagadnienie zmienności wartości pieniądza w czasie. Omów metodę NPV i jej zastosowanie w ocenie przedsięwzięć.
12. Zdefiniuj podstawowe kategorie produktu społecznego (PKB, PNB, wartość dodana brutto, dochód narodowy).
13. Wyjaśnij pojęcie i wymień czynniki rozwoju gospodarczego.
14. Wyjaśnij istotę inflacji popytowej i podażowej. Omów jej przyczyny oraz metody zmniejszania.
15. Wyjaśnij pojęcie bezrobocia, wymień jego rodzaje i przyczyny.
16. Wymień i omów czynniki określające podaż pieniądza i popyt na pieniądz w gospodarce narodowej.
17. Podaj definicję stopy procentowej i omów jej wykorzystanie w polityce gospodarczej państwa.
18. Wymień i omów cele, funkcje i uwarunkowania polityki ekonomicznej.
19. Zdefiniuj system ekonomiczny, przedstaw klasyfikację systemów ekonomicznych oraz podaj przykłady państw.
20. Zdefiniuj pojęcie polityki regionalnej. Omów podmioty i przedmiot oraz narzędzia polityki regionalnej w Polsce.
21. Zdefiniuj pojęcie polityki budżetowej, omów jej funkcje i przedstaw rodzaje polityki budżetowej.
22. Wyjaśnij pojęcie, przedstaw funkcje i strukturę systemu finansowego.
23. Zdefiniuj pojęcie rynku finansowego, omów jego strukturę.
24. Zdefiniuj pojęcie budżetu państwa, omów jego funkcje oraz zasady budżetowe. Przedstaw rodzaje i strukturę dochodów i wydatków budżetu państwa.
25. Wymień i omów dochody i wydatki budżetów jednostek samorządu terytorialnego.
26. Zdefiniuj pojęcie polityki pieniężnej, omów podmiot, przedmiot oraz wymień instrumenty.
27. Wymień czynniki determinujące korzyści z wymiany międzynarodowej.
28. Wymień i omów skutki ekonomiczne bezpośrednich inwestycji zagranicznych.
29. Zdefiniuj pojęcie globalizacji, wymień czynniki globalizacji oraz jej przejawy i konsekwencje.
30. Omów międzynarodową integrację ekonomiczną – przedstaw jej istotę, cele, etapy.
31. Omów funkcjonowanie rynku wewnętrznego Unii Europejskiej.

32. Omów marketingową i przedmarketingowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem.
33. Omów strategię marki jakie może stosować firma i podaj przykłady.
34. Omów działania marketingowe jakie powinna podejmować firma w różnych fazach cyklu życia produktu.
35. Scharakteryzuj podstawowe instrumenty mixu marketingowego.
36. Wyjaśnij pojęcie produktu i omów jego strukturę.
37. Wyjaśnij pojęcie, podaj funkcje i rodzaje kanałów dystrybucji.
38. Istota procesu segmentacji rynku, kryteria segmentacji.
39. Przedstaw działania, które może stosować przedsiębiorstwo w ramach public relation.
40. Wyjaśnij kiedy zasadne jest stosowanie strategii segmentacji rynku.
41. Istota promocji jako systemu komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem.
42. Omów cykl życia produktu na rynku, podaj jakie znaczenie dla przedsiębiorcy ma znajomość cyklu życia oferowanych przez niego produktów.
43. Omów mix marketingowy w firmach usługowych.
44. Przedstaw różnice pomiędzy dobrem materialnym i usługą.
45. Wyjaśnij pojęcie merchandisingu i podaj jego rodzaje.
46. Omów różnice między działalnością produkcyjną i usługową.
47. Wskaż różnice między relacyjnym i transakcyjnym podejściem do klienta.
48. Omów model luk jako narzędzie pomiaru jakości w usługach.
49. Omów etapy budowania programu lojalnościowego.
50. Omów strategię marki handlowej stosowane przez sieci handlowe.
51. Strategie wejścia zagranicznych sieci handlowych na rynek polski.
52. Proces dystrybucji produktów bankowych.
53. Zdefiniuj pojęcie i omów rodzaje badań marketingowych.
54. Organizacja i etapy procesu badawczego w badaniach marketingowych.
55. Metody jakościowe w badaniach marketingowych.
56. Znaczenie metod ilościowych w badaniach marketingowych.
57. Metody doboru próby badawczej.
58. Badania marketingowe związane z produktem i marką.
59. Badania marketingowe w sferze promocji i reklamy.
60. Marketing jako narzędzie zarządzania.
61. Strategie marketingowe w firmie.
62. Marketing operacyjny i marketing strategiczny.
63. Marketing terytorialny.
64. Marketing relacyjny (społeczny).
65. Współczesny konsument jak obiekt działań marketingowych.
66. Omów system informacji marketingowej w przedsiębiorstwie.
67. Wytyczne do sporządzania planu marketingowego.
68. Cykl życia produktu – fazy, cechy, strategie.
69. Metody ustalania ceny (kosztowa, wartości rynkowej, zorientowana na konkurencję).
70. Elementy procesu komunikacji firmy z klientem – proces komunikacji marketingowej.

2. PYTANIA Z ZAKRESU ZARZĄDZANIA

1. Istota, cele i funkcje zarządzania.
2. Elementy i typy struktur organizacyjnych.
3. Metody zarządzania.
4. Istota pracy kierowniczej – role i umiejętności kierownicze, style kierowania.
5. Zarządzanie zmianami w organizacji.
6. Rola komunikacji w zarządzaniu.
7. Kulturowy kontekst zarządzania – rola kultury organizacyjnej.
8. Podejmowanie decyzji w organizacji.

9. Rola planowania w zarządzaniu organizacją.
10. Kryteria oceny sprawności działań organizacyjnych.
11. Przedmiot, ewolucja i znaczenie zarządzania zasobami ludzkimi.
12. Kapitał ludzki w organizacji.
13. Formy zatrudnienia.
14. Planowanie kadr, zarządzanie kadrami.
15. Pozyskiwanie pracowników – rekrutacja, selekcja, wprowadzenie do pracy.
16. Doskonalenie i rozwój pracowników.
17. Ocenianie pracowników.
18. Wynagradzanie pracowników.
19. Odejścia pracowników z organizacji.
20. Pojęcie i etapy rozwoju logistyki.
21. Istota procesów logistycznych w przedsiębiorstwie.
22. Koncepcja logistycznych systemów dystrybucji.
23. Warianty organizacji procesów dystrybucji. Nowoczesne systemy dystrybucji.
24. Istota i funkcje procesów zakupu.
25. Wykorzystanie systemów informatycznych w logistyce.
26. Eksploatacja obiektów.
27. Omów różnice pomiędzy tzw. „starym” i „nowym” podejściem do jakości.
28. Omów zasady według których skonstruowana jest norma ISO 9001.
29. Wskaż różnice pomiędzy zachodnim i japońskim modelem zarządzania jakością w przedsiębiorstwie.
30. Omów istotę systemu HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) .
31. Rola informacji i wiedzy w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
32. Rodzaje źródeł informacji w procesie informacyjnym.
33. Pojęcie, geneza i charakterystyka zarządzania projektami. Istota i rodzaje projektów.
34. Model funkcjonalny zarządzania projektami.
35. Metody kompleksowe i wycinkowe zarządzania projektami.
36. Zarządzanie projektami europejskimi - metodyka PCM.
37. Pojęcie i etapy zarządzania strategicznego.
38. Zakres analizy strategicznej.
39. Cele i metody analizy makrootoczenia (scenariuszowe i bezscenariuszowe).
40. Zakres, cele i narzędzia analizy otoczenia konkurencyjnego.
41. Cele i metody analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.
42. Pojęcie negocjacji. Negocjacje jako najlepszy sposób rozwiązania konfliktu.