

**ZAGADNIENIA NA EGZAMIN DYPLOMOWY  
DLA KIERUNKU ZARZĄDZANIE  
STUDIA DRUGIEGO STOPNIA  
rok akademicki 2025/2026**

**ZAGADNIENIA KIERUNKOWE**

1. Pojęcie i rodzaje organizacji.
2. Produkt Krajowy Brutto, a Dochód Narodowy Brutto.
3. Charakterystyka dwóch wybranych koncepcji zarządzania.
4. Przedsiębiorczość a rozwój gospodarczy – bariery przedsiębiorczości.
5. Charakterystyka zarządzania przez innowacje.
6. Strategie konkurencyjne wg M. Portera.
7. Cechy charakterystyczne kultury organizacyjnej wspierającej zarządzanie wiedzą.
8. Zarządzanie jakością – normy ISO, TQM.
9. Metody ilościowe a metody jakościowe w badaniach naukowych z zakresu zarządzania:  
istota i różnice między nimi.
10. Obszary analiz i decyzji w etapie przygotowania do negocjacji.
11. Zarządzanie projektami – cykl życia projektu, metodyki (PMI, PRINCE2, Agile).
12. Elementy zarządzania procesem w przedsiębiorstwie.
13. Efekt kraju pochodzenia w marketingu międzynarodowym.
14. Funkcje i rodzaje kanałów dystrybucji w marketingu międzynarodowym.
15. Rola baz danych o klientach w systemie informacji marketingowej.
16. Techniki i narzędzia marketingu.
17. Pojęcie i etapy procesu zarządzania strategicznego.
18. Rola rachunkowości zarządczej w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa.
19. Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie.
20. Istota zarządzania zmianą.
21. Znaczenie kodeksów etycznych organizacji.
22. Lean management i Six Sigma – założenia i zastosowanie.
23. Coaching i mentoring.

24. Motywacja płacowa i pozapłacowa.
25. Zarządzanie marką i kapitałem marki (brand equity).
26. Systemy wspomaganie decyzji menedżerskich.
27. Strategie internacjonalizacji przedsiębiorstwa.
28. Ekstensywne i intensywne wykorzystanie zasobów przedsiębiorstwa.
29. Istota oraz zalety i wady outsourcingu.
30. Wyzwania i problemy zrównoważonego rozwoju z perspektywy współczesnych organizacji.
31. Klasyfikacje oferty produktowej.
32. Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka.
33. Ekosystemy innowacji (klastry, parki technologiczne).
34. Etapy procesu podejmowania decyzji menedżerskich.
35. Proces dokonywania zakupu przez nabywców.
36. Mierniki wydajności pracy i czynniki jej wzrostu.
37. Zarządzanie kompetencjami – definicja, rodzaje oraz narzędzia ich rozwijania.
38. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) i ESG.
39. Znaczenie lojalności klientów w marketingu partnerskim.
40. Alternatywne sposoby finansowania działalności przedsiębiorstwa.

## **ZAGADNIENIA SPECJALNOŚCIOWE**

### **Specjalność ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE I PUBLIC RELATIONS**

1. Marketing a zarządzanie marketingiem.
2. Wymienić najważniejsze koncepcje marketingu.
3. Sektorowe uwarunkowania marketingu: konsumpcja, produkcja, usługi.
4. Rozwój celów marketingowych: marketing transakcyjny, ekspansyjny, nakierowany na wartość przedsiębiorstwa.
5. Cyfrowa transformacja marketingu – marketing internetowy, mobilny, automatyzacja działań.
6. Marketing jako narzędzie przedsiębiorcy.
7. Proces zarządzania marketingiem.
8. Technologiczne źródła rozwoju marketingu.
9. Zasada badania rynku w marketingu.
10. Zintegrowane oddziaływanie na rynek (marketing mix).
11. Efektywne techniki merchandisingu.
12. Mierzenie efektywności działań PR – metody, wskaźniki, przykłady.
13. Działania reklamowe a działania Public relations.
14. Kampanie Public relations.
15. Orientacja na klienta i budowanie relacji w działaniach Public relations.
16. Znaczenie wiedzy o zachowaniach rynkowych nabywców.
17. Preferencje nabywcze konsumentów a reklama i Public Relations.
18. Etos zawodowy i etyka w działaniach PR i marketingu.
19. Uwarunkowania procesu segmentacji rynku.
20. Media relations – współpraca z mediami, tworzenie informacji prasowych, konferencje prasowe.

## Specjalność **ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI**

1. Znaczenie zasobów ludzkich (Human Resources) w organizacji.
2. Funkcja personalna w przedsiębiorstwie.
3. Pozyskiwanie pracowników – rekrutacja wewnętrzna i zewnętrzna.
4. Analiza potrzeb szkoleniowych.
5. Metody mierzenia efektywności HR.
6. Projektowanie stanowiska pracy w organizacji.
7. Cele i rodzaje ocen pracowniczych.
8. Marketing personalny w pozyskiwaniu pracowników.
9. Metody stymulowania rozwoju pracowników.
10. Metody oceny efektywności pracy (np. 360 stopni, ocena porównawcza).
11. Style kierowania a efektywność zarządzania personelem.
12. Przeciwdziałanie mobbingowi, dyskryminacji i wypaleniu zawodowemu.
13. Narzędzia wykorzystywane w audycie personalnym.
14. Teorie treści potrzeb (Herzberg, Maslow).
15. Kluczowe regulacje prawne dotyczące zatrudnienia i rozwiązania umów.
16. Przywództwo w organizacji – cechy lidera.
17. Rodzaje i funkcje audytu personalnego.
18. Przyczyny stresu w pracy i jego skutki.
19. System informacyjno-decyzyjny w organizacji.
20. System motywacyjny i jego elementy.