

OBSZARY TEMATYCZNE TREŚCI DO EGZAMINU DYPLOMOWEGO
dla kierunku Ekonomia menedżerska
studia pierwszego stopnia, profil praktyczny

1. Pojęcie i funkcje zarządzania.
2. Istota, metody, narzędzia i modele w ekonomii menedżerskiej.
3. Prawno-organizacyjne formy prowadzenia działalności gospodarczej.
4. Pojęcie organizacji. Typologia zasobów organizacji
5. Zasady podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej.
6. Uwarunkowania przedsiębiorczości.
7. Źródła finansowania działalności gospodarczej.
8. Metody podejmowania decyzji.
9. Metody zarządzania projektami.
10. Modele zarządzania ludźmi w organizacji.
11. Pojęcie i metody motywacji pracowników w organizacji.
12. Marketing: pojęcie, funkcje i instrumenty.
13. Istota, cele i metody badań marketingowych.
14. Pojęcie i narzędzia public relations.
15. Narzędzia e-marketingu.
16. Zarządzanie strategiczne.
17. Cechy modelowego przedsiębiorcy.
18. Innowacje jako źródło przedsiębiorczości i konkurencyjności.
19. Zasady funkcjonowania mechanizmu rynkowego.
20. Modele zachowania konsumentów.
21. Rynek pracy: zatrudnienie, kapitał ludzki i bezrobocie.
22. Bezrobocie: rodzaje, mierniki i narzędzia przeciwdziałania.
23. Pojęcie, narzędzia i cele polityki fiskalnej.
24. Pojęcie, narzędzia i cele polityki monetarnej.
25. Pojęcie, cele i zakres polityki społecznej.
26. Podatki – istota, cechy, funkcje i klasyfikacja.
27. Pojęcie i rodzaje kosztów w działalności gospodarczej.
28. Rachunkowość jako system ewidencji gospodarczej.
29. Zasady prowadzenia rachunkowości.
30. Wskaźniki w analizie finansowej przedsiębiorstw.
31. Ubezpieczenia: istota, cele i rodzaje.
32. Pojęcie, struktura i funkcje biznesplanu.
33. Zasady skutecznej komunikacji w organizacji.
34. Metody analizy otoczenia organizacji.
35. Pojęcie i rola etyki w działalności gospodarczej.
36. Pojęcie i narzędzia CSR.
37. Istota i style przywództwa.
38. Misja, tożsamość i kultura organizacji.
39. Źródła informacji naukowej – podział i znaczenie. Przedmiot badań, problem badawczy, hipoteza badawcza w dyscyplinie naukowej ekonomia i finanse oraz nauk o zarządzaniu i jakości.
40. Metody i techniki badawcze w dyscyplinie naukowej ekonomia i finanse oraz nauk o zarządzaniu i jakości.
41. Istota i znaczenie analizy ekonomicznej w organizacji.
42. Analiza wskaźników rentowności – przykłady.
43. Istota, funkcje i kryteria oceny biznesplanu. Plan marketingowy
44. Zasady, metody i etapy planowania strategicznego.
45. Samorząd gospodarczy.
46. Istota i techniki twórczego myślenia.
47. Zarządzanie logistyką w organizacji.

48. Kreatywne planowanie w organizacji i efektywność oraz skuteczność kontroli kreatywnego menedżera.
49. Istota strategii przedsiębiorczych, kryteria podziału, analiza strategicznych zasobów organizacji.
50. Istota, pojęcie, cele wprowadzania innowacji, wewnętrzne oraz zewnętrzne uwarunkowania procesów innowacyjnych.
51. Sektor ICT i społeczeństwo cyfrowe (definicje, dane), mierzalność działań online. Analityka webowa.
52. Komunikacja w negocjacjach oraz narzędzia informatyczne wspomagające proces komunikacji.
53. Istota, rodzaje gier decyzyjnych w procesie doskonalenia kadr kierowniczych oraz wykorzystania do rozwiązań praktycznych.
54. Pojęcie, struktura planu marketingowego. Strategiczny i taktyczno – operacyjny plan marketingowy firmy.
55. Techniki i proces sprzedaży. Segmentacja rynku usług finansowych.
56. Przepisy prawne dotyczące dokumentowania spraw personalnych w firmie. Podstawy księgowania list płac w systemie finansowo-informatycznym firmy (Optima, Symfonia, inne).
57. Zadania finansów przedsiębiorstwa. Zasady finansowania i inwestowania; kształtowanie struktury kapitałów, wykorzystanie współczynników dyskonta.
58. Rachunkowość zarządcza a rachunkowość finansowa- analiza różnic i podobieństw oraz wykorzystywanie rachunkowości zarządczej na potrzeby controllingu.
59. Formy organizacyjno-prawne start-upów, uwarunkowania ich rozwoju oraz źródła finansowania.
60. Kryteria klasyfikacji oraz czynniki wpływające na wybór formy działalności gospodarczej w małym i średnim przedsiębiorstwie.
61. Podstawowe elementy jednostkowego sprawozdania finansowego – bilans, rachunek zysków i strat, informacja dodatkowa, zatwierdzanie sprawozdania finansowego i obowiązki z tego wynikające.
62. Funkcje i zasady działania ubezpieczenia. Ryzyko w ubezpieczeniach.
63. Istota, przedmiot, zadania controllingu. Narzędzia controllingu wykorzystywane w przedsiębiorstwie.
64. Założenia koncepcji marketingu relacji, łańcuch partnerstwa, zarządzanie kluczowymi klientami.
65. Marketing międzynarodowy, marketing globalny. Otoczenie międzynarodowe biznesu.
66. Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych, podstawy różnicowania modelowego rachunku kosztów i powiązania z rachunkiem przychodów.