**Zagadnienia do egzaminu dyplomowego**

**na kierunku zarządzanie studia drugiego stopnia**

**cykl kształcenia 2020/2021**

**Grupa pytań ogólnych:**

1. Współczesne koncepcje zarządzania.
2. Outsourcing – główne założenia.
3. Benchmarking w funkcjonowaniu organizacji.
4. Metody projektowania systemów zarządzania.
5. Determinanty wyboru struktury organizacyjnej.
6. Modele funkcjonowania współczesnych organizacji.
7. Zarządzanie kompetencjami – istota zagadnienia.
8. Zarządzanie innowacjami – cel i zasady działania.
9. Poziomy zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie.
10. Zarządzanie strategiczne – etapy i modele.
11. Metody analizy strategicznej.
12. Istota i cele zarządzania procesami.
13. Analiza mikro- i makroekonomiczna otoczenia rynkowego.
14. Międzynarodowy wymiar przedsiębiorczości.
15. Determinanty rozwoju przedsiębiorczości.
16. Istota badań jakościowych i ilościowych – analiza porównawcza.
17. Metodologia badań jakościowych.
18. Zarządzanie operacyjne – metody.
19. Formy organizacji pracy.
20. Poziomy inwestycji w kapitał ludzki.
21. Strategie ogólne a strategie personalne firmy.
22. Cyberprzestępczość i metody jej zwalczania
23. Metody analizy finansowej przedsiębiorstwa.
24. Kierunki i zasady analizy wskaźnikowej.
25. Wybrane metody badań statystycznych wykorzystywane w zarządzaniu.
26. Badania statystyczne – etapy i rodzaje.

**Grupa pytań specjalistycznych**

***Grupa zajęć I***

1. Efektywne zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa
2. Bezpieczeństwo finansowe organizacji.
3. Istota zarządzania ryzykiem
4. Kierowanie: typy, uwarunkowania.
5. Predyspozycje i umiejętności przywódcy.
6. Cywilizacyjne formy przywództwa.
7. Metody rachunku kosztów.

***Grupa zajęć II***

1. Nowoczesne koncepcje rachunku kosztów w przedsiębiorstwie.
2. Charakterystyka i klasyfikacja kosztów dla celów zarządzania organizacją.
3. Promocja regionu (miasta) – narzędzia i działania promocyjne.
4. Strategie konkurencji – zasady wyboru i rodzaje.
5. Obszary współpracy sektora publicznego z sektorem prywatnym.
6. Sytuacja osób niepełnosprawnych na rynku pracy.
7. Marka i wizerunek organizacji.