

Kierunek: Zarządzanie studia II stopnia

Pytania kierunkowe

1. Przedstaw istotę metody Six Sigma i korzyści z jej stosowania
2. Omów na czym polega mapowanie i modelowanie procesów
3. Omów główne założenia metodyki Zarządzanie cyklem projektu (Project Cycle Management PCM)
4. Przedstaw rolę jaką odgrywa dzielenie się wiedzą w organizacjach oraz kluczowe czynniki ograniczające to dzielenie się
5. Omów model procesowy zarządzania wiedzą
6. Omów jak funkcjonuje organizacja wirtualna
7. Przedstaw i omów podział strategii zarządzania
8. Przedstaw pojęcie oraz zakres analizy strategicznej
9. Omów podstawowe założenia koncepcji kompleksowego zarządzania jakością
10. Scharakteryzuj kaizen w przedsiębiorstwie
11. Wyjaśnij dlaczego w ocenie projektów gospodarczych wykorzystuje się dokumenty pod nazwą: wstępne studia oceny, pogłębione studia oceny, studia wykonalności
Przedstaw różnice we wskazanych dokumentach
12. Omów rodzaje stóp dyskontowych występujących w ocenie projektów gospodarczych
13. Scharakteryzuj biznesplan jako narzędzie planowania strategicznego w przedsiębiorstwie i wymień jego elementy
14. Omów rolę finansowania wewnętrznego i zewnętrznego w przedsiębiorstwie i wskaż alternatywne formy finansowania działalności
15. Wymień i scharakteryzuj typy grup kapitałowych i sposoby ich tworzenia
16. Wymień i opisz modele tożsamości korporacyjnej występujące w grupach kapitałowych
17. Omów strategiczny wymiar zarządzania kapitałem ludzkim
18. Wymień i scharakteryzuj trzy wybrane metody analizy strategicznej personelu
19. Scharakteryzuj elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim
20. Omów pojęcia i znaczenie kosztów stałych oraz zmiennych przedsiębiorstwa dla podejmowania decyzji o kontynuowaniu bądź zaprzestaniu działalności
21. Wymień i scharakteryzuj menedżerskie teorie firmy
22. Scharakteryzuj behawioralne podejście do funkcjonowania firmy
23. Omów teorię interesariuszy Dokonaj podziału interesariuszy organizacji społecznie odpowiedzialnej według dwóch kryteriów dokonując charakterystyki wyodrębnionych w ramach podziału grup
24. Wymień i omów normy i standardy wykorzystywane przez przedsiębiorstwa w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu
25. Wymień i omów elementy planu marketingowego
26. Omów regułę SMART
27. Wymień i scharakteryzuj rodzaje strategii marketingowych
28. Scharakteryzuj współczesnego konsumenta
29. Omów zmiany wysokości wskaźnika koniunktury konsumenckiej w ostatnim roku, jako przykładu źródła informacji o konsumentach (źródło danych: badania GUS)
30. Omów zmiany w strukturze dochodów i wydatków gospodarstw domowych w Polsce (na podstawie badań GUS)

Moduł: Zarządzanie marketingowe

1. Wymień i omów cele i funkcje PR
2. Scharakteryzuj sponsoring ze wskazaniem na jego korzyści w stosunku do reklamy
3. Wymień źródła przewagi konkurencyjnej współczesnych organizacji i omów rolę czynników marketingowych w tym procesie

4. Wymień grupy interesariuszy, z którymi przedsiębiorstwa powinny kreować trwałe relacje i na przykładzie wybranej grupy interesariuszy wskaż, jakie wartości dostarczają oni firmie, a jaką wartość firma dostarcza tej grupie interesariuszy
5. Wyjaśnij na czym polega rebranding i kiedy powinien być stosowany
6. Omów założenia marketingu wartości na tle innych koncepcji marketingowych. Wskaż podobieństwa i różnice
7. Scharakteryzuj strefy jakości usług, podaj przykłady firm

Moduł: Doskonalenie potencjału pracowników

1. Wymień i scharakteryzuj style konfliktu
2. Omów wady i zalety zarządzania przez konflikt
3. Opisz etapy metody GROW w coachingu
4. Wymień narzędzia stosowane w coachingu i omów trzy wybrane
5. Omów podstawowe mierniki i wskaźniki controllingu personalnego w różnych obszarach funkcji personalnej
6. Scharakteryzuj pojęcie stresu w miejscu pracy, określ przyczyny, objawy, sposób radzenia sobie ze stresem w miejscu pracy
7. Wymień i omów rodzaje komunikacji wewnętrznej w organizacji

Moduł: Zarządzanie biznesem

1. Wymień i scharakteryzuj strategie innowacji
2. Omów rolę zasobów przedsiębiorstwa w budowaniu potencjału konkurencyjnego
3. Scharakteryzuj wybrane teorie konkurencyjności przedsiębiorstwa
4. Wymień metody pomiaru jakości usług i scharakteryzuj jedną z nich
5. Porównaj wybrane trzy formy zorganizowania nowoczesnych przedsiębiorstw
6. Wskaż kluczowe czynniki ograniczające procesy transferu technologii oraz wymień działania, które powinny realizować przedsiębiorstwa w celu wyeliminowania lub ograniczania wpływu tych barier
7. Scharakteryzuj zasoby niematerialne i przedstaw cechy odróżniające je od zasobów materialnych

Moduł: Zarządzanie projektami w praktyce

1. Przedstaw i omów hierarchię celów w zarządzaniu projektami
2. Omów strukturę podziału pracy projektu (ang. Work Breakdown Structure, WBS) Wymień cele i funkcje WBS?
3. Wymień i omów reakcje na ryzyko projektowe Podaj przykłady
4. Przedstaw na czym polega zwinne podejście do zarządzania projektami
5. Opisz proces monitorowania projektu Omów metodę wartości wypracowanej (Earned Value Method)
6. Omów zasady i funkcje ścieżki krytycznej projektu
7. Wyjaśnij czym różni się sukces projektu od sukcesu zarządzania projektem Omów czynniki wpływające na sukces projektu

Specjalność: Zarządzanie przedsiębiorstwem

1. Metody ilościowe szacowania ryzyka
2. Proces zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie
3. Cele i zakres controllingu operacyjnego
4. Scharakteryzować źródła ryzyka w działalności gospodarczej
5. Scharakteryzować pojęcie i działania podejmowane w ramach controllingu finansowego
6. Sposoby identyfikacji ryzyka w działalności gospodarczej
7. Scharakteryzować obszary w przedsiębiorstwie, które może obejmować restrukturyzacja operacyjna
8. Przesłanki pozwalające w świetle obowiązujących przepisów na ogłoszenie upadłości przedsiębiorstwa

9. Podać i scharakteryzować przyczyny zewnętrzne i wewnętrzne czynniki mogące prowadzić do upadłości przedsiębiorstwa
10. Pojęcie zarządzania wartością przedsiębiorstwa i jakie korzyści są z nim związane (dla kadry kierowniczej, pracowników, kontrahentów)
11. Scharakteryzować dochodowe i majątkowe metody wyceny wartości przedsiębiorstwa
12. Czynniki kształtujące wartość przedsiębiorstwa
13. Metody wyceny kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa i omówić jedną wybraną
14. Omówić teorię potrzeb według A Maslova
15. Scharakteryzować metody motywowania pracowników
16. Innowacyjna Teoria Przedsiębiorstwa (Schumpetera)
17. Wyjaśnić pojęcia: konkurencja, kooperacja, kooperacja w odniesieniu do przedsiębiorstw
18. Proces zarządzania zmianami w przedsiębiorstwie
19. Wyjaśnić zastosowanie modelu Hofstedeego w analizie kultur organizacyjnych przedsiębiorstwa międzynarodowego
20. Zasady funkcjonowania międzynarodowej spółki joint venture

Specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi

1. Rola controllingu personalnego i kontroli zasobów ludzkich
2. Instrumenty controllingu personalnego
3. Charakterystyka audytu funkcji personalnej w przedsiębiorstwie
4. Charakterystyka ról zespołowych według M Belbina
5. Wymień i omów etapy budowy zespołu
6. Wskazówki dotyczące doboru pracowników do zespołu
7. Grupowe i indywidualne podejmowanie decyzji - istota, cechy charakterystyczne
8. Teoria temperamentów Hipokratesa-Galena i jej zastosowanie w środowisku organizacyjnym
9. Wywieranie wpływu społecznego
10. Inteligencja emocjonalna i jej wykorzystanie w kontaktach zawodowych
11. Ocena sytuacji kierowniczej a odpowiedni styl kierowania
12. Autorytet kierownika - bycie liderem formalnym i nieformalnym
13. Coaching jako forma rozwoju pracowników - charakterystyka
14. Wewnętrzne uwarunkowania determinujące zachowania organizacji
15. Proces socjalizacji w środowisku organizacyjnym
16. Metody rozwiązywania konfliktów
17. Manipulowanie i przejawy władzy w organizacji
18. Cele zarządzania kompetencjami
19. Zastosowanie profili kompetencyjnych pracowników
20. Identyfikacja i przełamywanie barier w sprawnym komunikowaniu się

Specjalność: Zarządzanie w mediach

1. Charakterystyka rynku telewizyjnego w Polsce
2. Różnice pomiędzy medium publicznym, prywatnym i obywatelskim
3. Udział zagranicznych przedsiębiorstw w kształtowaniu rynku medialnego w Polsce
4. Etapy planowania kampanii medialnej
5. Aspekty prawne i etyczne działań w ramach kampanii reklamowej
6. Struktura rynku medialnego w Polsce
7. Sposoby sprzedaży mediów w zależności od ich rodzajów
8. Charakterystyka branży eventowej
9. Moduły metodyki meeting planning
10. Etykieta w korzystaniu z poczty elektronicznej
11. Precedencja w biznesie
12. Proszę wymienić co najmniej trzy źródła strategicznych przewag konkurencyjnych specyficznych dla przedsiębiorstw medialnych
13. Proszę omówić co najmniej dwie strategie, jakie może przyjąć przedsiębiorstwo medialne

14. Wskaż i omów przesłanki ochrony przedmiotu prawa autorskiego (cechy utworu)
15. Charakterystyka treści praw autorskich
16. Media masowe - specyfika i funkcje
17. Formy produkcji audiowizualnych
18. Wskaż etapy procesu produkcji audiowizualnych
19. Specyfika produkcji audiowizualnych na potrzeby różnych mediów
20. Techniki audiowizualne a marketing polityczny i budowanie wizerunku