

Zagadnienia kierunkowe

1. Różnorodność pojęcia organizacja
2. Otoczenie przedsiębiorstwa- rodzaje, elementy, oddziaływanie na organizację
3. Struktury rynku- pojęcie, charakterystyka podstawowe rodzajów, przykłady.
4. Zdefiniuj pojęcie systemu finansowego, wymień i omów jego funkcje.
5. Rola kosztu alternatywnego w procesie podejmowania decyzji ekonomicznych.
6. Źródła finansowania w przedsiębiorstwie.
7. Istota pojęcia "konto" i jego rodzaje.
8. Pojęcie bilansu, charakterystyka i układ bilansu.
9. Zasady rachunkowości.
10. Rodzaje prawidłowości statystycznych. Przykłady.
11. Przyrosty i indeksy statystyczne w pomiarze dynamiki zjawisk.
12. Istota i funkcje zarządzania.
13. Kierunki w nauce o zarządzaniu.
14. Istota i cele planowania. Rodzaje planów.
15. Struktury organizacyjne ich zalety i wady.
16. Proces wprowadzanie zmian w przedsiębiorstwie.
17. Motywowanie w procesie zarządzania.
18. Rola nabywcy w strategii marketingowej działania firmy
19. Narzędzia marketingu dóbr konsumpcyjnych - 4P i marketingu usług - 7P i ich praktyczne wykorzystanie.
20. Istota i poziomy zachowań organizacyjnych
21. Rodzaje zachowań w miejscu pracy
22. Konflikt w relacjach międzyludzkich - przyczyny, sposoby rozwiązywania
23. Kapitał obrotowy i jego znaczenie dla istotny dla funkcjonowania przedsiębiorstwa.
24. Kapitał własny a kapitał obcy- oraz ich znaczenie dla struktury finansowania przedsiębiorstwa.
25. Główne rodzaje ryzyka finansowego oraz strategię zarządzania tymi rodzajami ryzyka.
26. Pojęcie, istota kosztu, kryteria klasyfikacji kosztów.
27. Kalkulacja kosztów. Metody kalkulacji kosztów.
28. Rachunek kosztów zmiennych a rachunek kosztów pełnych.
29. Różnice pomiędzy etykietą towarzyską a biznesową
30. System produkcyjny i jego elementy składowe.
31. ZZL i ZKL- definicje, różnice, elementy wspólne
32. Ograniczenia wykonalności projektu
33. Formy prawne działalności gospodarczej
34. Formy opodatkowania działalności gospodarczej
35. Rodzaje zmian i etapy wprowadzania zmian
36. Zasady zarządzania jakością- wymień i przedstaw założenia jednej z nich.
37. Zakres analizy wstępnej w analizie ekonomicznej.
38. Istota pomiaru produktywności w analizie ekonomicznej.
39. Znaczenie badań marketingowych dla sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstw.
40. Istota i etapy przeprowadzania badań marketingowych

Moduł Projektowanie i sprzedaż usług

1. Innowacje w Polsce- znaczenie, rodzaje, specyfika
2. Marketing usług – pojęcie, instrumenty 7P
3. Otoczenie przedsiębiorstwa usługowego w ujęciu mikro i makro
4. Proces podejmowania decyzji zakupowych- istota, etapy, znaczenie,
5. Metody badania zachowań nabywców i ich zastosowanie
6. Procesu zarządzania wiedzą-definicja, elementy
7. Rola wiedzy i informacji w zarządzaniu nowoczesną organizacją
8. Założenia negocjacji typu „wygrana-wygrana” (WIN-WIN)?
9. Techniki stosowane w negocjacjach. Zaprezentuj wybraną z nich
10. Założenia zasady orientacji na klienta.
11. Metody pomocne w doskonaleniu obsługi klienta. Zaprezentuj wybraną z nich.
12. Pojęcie, znaczenie, rola marki. Determinanty silnej marki
13. Cele i zadania promocji marki na etapie wprowadzenia nowej usługi na rynek
14. Konsumpcja doświadczeń. Marketingowe znaczenie doświadczenia – jego poziomy i rodzaje
15. Mapa podróży klienta - pojęcie, znaczenie, etapy
16. Prototypowanie usługi- definicja, etapy, bariery
17. Kompetencje i predyspozycje pracowników w procesie sprzedażowym
18. Wybrane mierniki skuteczności i efektywności promocji w zarządzaniu marką
19. Strategie kodyfikacji i personalizacji- istota, etapy, zasady
20. Marketing doświadczeń – pojęcie, znaczenie, istota

MODUŁ Zarządzanie kapitałem ludzkim w środowiskach wielokulturowych

1. Metoda STAR w procesie oceny kompetencji kandydata
2. Różnice między pojęciami: rekrutacja i selekcja
3. Charakterystyka form wynagrodzeń
4. Organy nadzoru nad warunkami pracy- istota, zadania, przykłady
5. Płacowe i pozapłacowe motywatory- przykłady, wady i zalety ich stosowania
6. Style negocjacji- wymień i zaprezentuj założenia jednego z nich.
7. Założenia negocjacji typu „wygrana-wygrana” (WIN-WIN)?
8. Kultura pracy oparta na różnorodności i wielokulturowości
9. Idea budowania marki pracodawcy (employer branding) , pojęcie i zastosowanie w działaniach wizerunkowych pracodawcy
10. Wewnętrzny i zewnętrzny employer branding
11. Kluczowe punkty styczności z marką pracodawcy w projektowaniu doświadczeń pracowników i kandydatów (Employer Branding Experience)
12. Stosowanie metody kompensacyjnej w procesie selekcji- definicja, zasadność.
13. Cechy skutecznego systemu wynagrodzeń
14. Kryteria i zasady podwyżek płac
15. Techniki stosowane w negocjacjach. Zaprezentuj wybraną z nich
16. Ocenianie pracowników- cele, metody i narzędzia
17. Zarządzanie zasobami ludzkimi w otoczeniu międzynarodowym.
18. Planowanie ścieżki kariery- idea, zasady, korzyści
19. Osobowościowe i behawioralne determinanty kierowania ludźmi w organizacji.
20. Uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi

MODUŁ Zarządzanie nowoczesną organizacją

1. Rola kierownika w zarządzaniu zespołem
2. Metody analizy płynności przedsiębiorstwa.
3. Istota i znaczenie analizy finansowej, przedmiot analizy finansowej
4. Metody finansowej oceny projektów inwestycyjnych
5. Rodzaje projektów inwestycyjnych o charakterze innowacyjnym i kryteria ich podziału
6. Wybrane narzędzia kreatywności pomocne przy generowaniu pomysłów. Zaprezentuj jeden z nich.
7. Wybrane narzędzia kreatywności pomocne na etapie oceny wygenerowanych pomysłów. Zaprezentuj jeden z nich.
8. Style negocjacji- wymień; zaprezentuj założenia jednego z nich.
9. Założenia negocjacji typu „wygrana-wygrana” (WIN-WIN)?
10. Zarządzanie marketingowe – istota i funkcje procesu
11. Rodzaje planów marketingowych i ich specyfika
12. Elementy procesu zarządzania wiedzą- wymień i opisz
13. Rola wiedzy i informacji w zarządzaniu nowoczesną organizacją
14. Zarządzanie marką – pojęcie, wąskie i szerokie ujęcie
15. Rola, zadania i cele marki w fazie wprowadzenia nowego produktu na rynek
16. Metody pomiaru obsługi klienta- wymień i opisz
17. Komunikowanie się z klientem w procesie obsługi.
18. Metody i systemy informatyczne wspomagające procesy decyzyjne- wymień i opisz
19. Strategie kodyfikacji i personalizacji wiedzy- wymień i opisz
20. Warunki wyzwalań kreatywności i innowacyjności jednostki lub zespołu